revista del

consumidor

de colección y consulta

diez pesos

¡La economía del desperdicio!

Para un feliz 1978, racionalice su gasto

No. 11

¿Pesarle sus compras?

Bueno, pero recuerde que. . .

- Usted tiene derecho a la reposición del producto, a la bonificación o devolución de la cantidad pagada en exceso en los siguientes casos:

— Cuando el contenido neto del producto es inferior al que debiera, o la cantidad de que se trate sea menor a la indicada en el envase o el empaque, considerado los límites de tolerancia.

— Cuando advierta que algún instrumento empleado para la medición opera o ha sido utilizado en su perjuicio, fuera de los límites de tolerancia.

- En estos casos, las reclamaciones deberán presentarse al proveedor, dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha de haber recibido el producto, o aquella en que se advierte la deficiencia de la medición o del instrumento empleado para ella. (Art. 32)

- Asimismo, en cualquier compra o contratación de servicios, usted tiene derecho a exigir facturas o comprobantes, que deberán contener los datos específicos de la compraventa, del servicio recibido o, en general, de la operación realizada. Dichas facturas o comprobantes deberán cumplir con las disposiciones fiscales aplicables. (Art. 38)

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Solidaridad es...

• Darse cuenta de que el problema de México es un problema de todos nosotros...
• Hacer pequeños sacrificios que ayuden a los que ganan menos que nosotros...
• Dejar de comprar artículos suntuarios y mercancías extranjeras... aunque tengamos el dinero para hacerlo...
• Favorecer a los que vendan más barato...
• Dejar de ostentar ante los demás que podemos comprar artículos lujosos y extravagantes...
• Llevar a otra persona en nuestro coche para que ambos ahorremos gasolina...
• Comprar y consumir mercancías hechas en México...
• Entender que sin nuestra ayuda y participación personal, poco pueden hacer las autoridades...
• Boicotear a quienes tratan de aprovechar la situación vendiendo caro y ocultando mercancías...
• Denunciar a los malos ciudadanos que tratan de aprovecharse...
• Empezar a actuar HOY...
• PARTICIPAR

Si usted participa, los demás no estamos solos

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

La REVISTA DEL CONSUMIDOR se publica mensualmente como el órgano oficial de difusión del INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871. México 20, D.F. Teléfono 550-47-55, y está totalmente impresa en papeles nacionales por EDESA, Kilómetro 17.5 de la Avenida Presidente Juárez, Tlalnepantla, Estado de México, Tel.: 535-26-25, 578-87-42 y 565-03-91. Tipografías por Multiservicios Publicitarios, Av. Universidad No. 1499, México 21, D.F. Teléfonos 524-96-12 y 524- 09-20. Distribuída por la Unión de Voceadores de México y Distribuidora Intermex, S.A. Afiliada a la Cámara Nacional de la Industria Editorial.

Se reservan todos los derechos conforme a la Unión Internacional del Derecho de Autor. No se autorizará el uso de ninguno de los materiales que aparecen en esta publicación para fines publicitarios o comerciales. El contenido de los artículos firmados es responsabilidad directa del autor y no necesariamente refleja ni la filosofía ni el criterio editorial de la revista. No se devuelven originales.

Certificado de Licitud de la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas, dependiente de la Secretaría de Educación Pública, según oficio No. 504-1081, del 19 de Octubre de 1976. Registrada como correspondencia de segunda clase por la Dirección General de Correos mediante oficio No. 6339, expediente No. 091.70-1423, de fecha 19 de Noviembre de 1976.

DIRECTORIO

CONSEJO EDITORIAL

PRESIDENTE
DIRECTOR GENERAL DEL INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR
Lic. Adolfo Lugo Verduzco

VOCALES

SUBDIRECTOR DE ORIENTACION Y DIFUSION DEL INC
Lic. José Antonio Perea Gavaldón

SUBDIRECTOR TECNICO DEL INC
Lic. Guillermo Wilkins

SUBDIRECTOR ADMINISTRATIVO DEL INC
Lic. Rogerio Canto Cantú

COORDINADOR DE ORIENTACION Y DIFUSION DEL INC
Lic. José Luis Turueño

JEFE DE PRENSA Y RELACIONES PUBLICAS DEL INC
Lic. Gabriel Pereyra

EDITOR
Patricio Vega B.

COORDINADOR EDITORIAL
Sol de Durán.

JEFE DE PRODUCCION
Marta A. Villanueva Silva

JEFE DE REDACCION
Salvador Peniche Pasos

REDACCION
María Elena Rico
Marco A. Almazán
Héctor Contreras Carreto
Patricia Berumen

JEFE DE ARTE Y DISEÑO
Rafael Domínguez Hernández

ILUSTRACION Y MAQUETEO
Agusto Apón
Ricardo Baeza
Manuel Uribe

JEFE DE DIFUSION
Víctor M. González R.

CIRCULACION
Rubén de la Mora

COORDINADOR DEL DEPARTAMENTO TECNICO DEL INC
Carlos Cárdenas

FOTOGRAFIA
Eduardo Donnay

Precios	República Mexicana	Extranjero
Ejemplar suelto	$ 10.00 M.N.	U.S. $ 0.90
Suscripción anual (12 números)	$100.00 M.N.	U.S. $ 6.00
Ejemplar atrasado	$ 15.00 M.N.	U.S. $ 0.60

INDICE

	Pág.
Indice	498
Sumario	499
El Mercado de las Medicinas	500
¿Boticas o Farmacias?	502
El Arroz	507
Toxicomanía, Peligro Supremo	512
Libros y Librerías	515
Consummatum Est	518
Pañuelos Desechables	521
No Existe Droga Inocente	529
Parto Psicoprofiláctico	532
Garantizado	537
Seguros de Vida	539
¿Cómo, Cuándo y Dónde Reclamar?	542
Plan de Protección al Salario de 1978	544
¿Deveras Tiene una Mascota?	548
¿A Qué Hora Trabajamos?	551
Ahorro de Energía Eléctrica	555
Correspondencia	554

La REVISTA DEL CONSUMIDOR tiene como objetivo esencial proporcionar a los consumidores información, orientación y consejo acerca de bienes y servicios, así como ofrecerles recomendaciones y sujerencias en todo lo tocante al manejo racional del presupuesto familiar y la preservación de la dignidad humana. Ni la revista ni el Instituto Nacional del Consumidor aceptarán muestras de productos ni se comprometerán de manera alguna con ningún tipo de intereses comerciales. Los estudios comparativos de la REVISTA DEL CONSUMIDOR llevarán el propósito único de formar y orientar a sus lectores, y no podrán ser utilizados para ningún fin publicitario o comercial. La violación de esta prohibición expresa ameritará denuncia ante las autoridades correspondientes. Los productos que se utilizan para la elaboración de los estudios comparativos se adquieren en el mercado libre, precisamente bajo las condiciones en las que los compran normalmente los consumidores, y se sujetan a pruebas exhaustivas de laboratorio y al juicio de expertos en el producto objeto de la investigación.

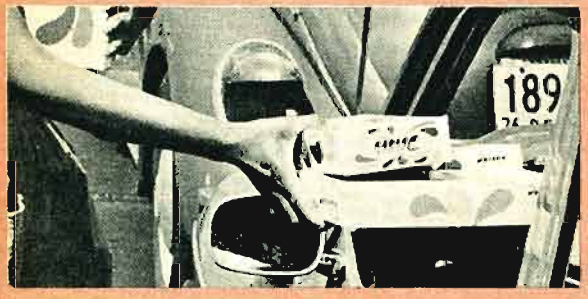
Correspondencia y Suscripciones: Diríjase a la REVISTA DEL CONSUMIDOR, Insurgentes Sur No. 1871, México 20, D.F.

El Instituto Nacional del Consumidor autoriza la reproducción total o parcial de los textos incluídos en esta revista, siempre que se indique su procedencia.

SUMARIO

Los gastos excesivos de diciembre se reflejan en la escasez acostumbrada de la famosa cuesta de enero. Pero ¡cuidado!, aún es el comienzo: de los 365 días del año, los mexicanos celebramos 45 —con su correspondiente caudal de gastos— sin contar con Navidad, Año Nuevo, días de santo y cumpleaños. Además, existen 255 fiestas regionales principales. Esto, lógicamente, desgasta la economía familiar.

Pág. 551



Entre los productos de uso doméstico, los pañuelos desechables ganan terreno día con día, como artículos indispensables para la familia. Sin embargo, el costo de cada hoja es de diez centavos.

Pág. 521

Uno de los establecimientos comerciales que visitamos con más frecuencia, a veces con carácter urgente, y aun con angustia a causa de alguna enfermedad o accidente, es la farmacia. Es de primera importancia, entonces, que su servicio sea de lo más eficiente y adecuado.

Pág. 502

Un agente "agresivo" y simpático, puede hacerle adquirir un seguro de vida inadecuado. Por eso es frecuente —y lamentable— el gran número de personas que abandonan sus pólizas después de cubrir algunas primas...

Pág. 539

Existen *diferentes tarifas* de energía eléctrica que van de 0.484 a 1.484 pesos el kilowatt hora. Si quiere ahorrar, conserve sus aparatos en las primeras categorías.

Pág. 555

El mercado de las medicinas

El sobreconsumo de fármacos en gran parte se debe a la obstinación de las campañas publicitarias de los laboratorios

En la gran mayoría de los países del mundo occidental, la proliferación de productos y servicios que se ofrecen, colocan a los consumidores en una situación desventajosa. Y esto porque la producción está orientada a fomentar una variedad tan amplia de necesidades, que generalmente no pueden ser cubiertas por los ingresos medios del consumidor. Tales carencias, en su mayoría, no son reales sino creadas por técnicas de comercialización y promoción publicitaria que fomentan hábitos orientados a la adquisición de cualquier producto nuevo que se ofrezca, aunque éste sólo contenga variaciones en la presentación o el etiquetado.

Entre las técnicas de promoción de ventas, la publicidad ocupa un lugar preponderante. Pretende que una de sus funciones básicas es la información fidedigna. Pero en realidad, muchas veces sólo contribuye a acelerar la penetración de productos aparentemente innovadores, saturando y presionando al consumidor con supuestas alternativas, por medio de múltiples mensajes.

El exagerado consumo de medicinas...

Un ejemplo de lo anterior, —en el que se señala el aumento inmoderado del uso de los medicamentos— lo encontramos en el libro Medical Nemesis, recientemente publicado por el notable investigador vienés Ivan Ilich.

En este trabajo Ilich explica detalladamente la forma en que la práctica médica pretende convertirse, en los Estados Unidos, en una función exclusivamente mercantil.

De hecho, en muchos casos, el problema más grave no lo son ya las enfermedades causadas por virus, desnutrición, malas condiciones de vida, etcétera, sino el sobreconsumo y la automedicación provocados, en gran medida, por las campañas publicitarias, así como la información deficiente y amañada, y las falsas creencias.

Otros ejemplos similares se observan en Alemania Federal, Suiza y Francia:

- En 1974 la Institución de Protección al Consumidor (Alemania Federal), publicó que en junio del mismo año, la mayoría de las personas hospitalizadas habían abusado del Saridon y otros fármacos como resultado de la automedicación.

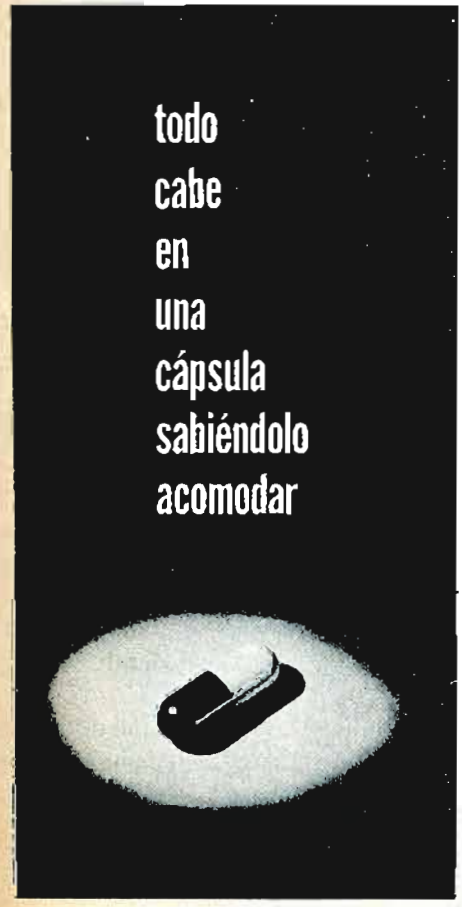
...y la automedicación se deben en gran medida a la obstinada...

• El Servicio Informativo de Toxicología y el Instituto Médico y Jurídico de la Universidad de Zurich, afirman que entre 1967 y 1971, por el excesivo consumo de los productos que contienen fenacetina, (analgésico y antipirético) murieron trescientas treinta y una personas.

• La compra de medicamentos en Francia representa un poco más de la tercera parte de los gastos dedicados a la bebida (en 1968, la cifra ascendió a nueve mil cuatrocientos ochenta y dos millones de francos).

• La industria farmacéutica en Francia invierte en publicidad alrededor del 15 por ciento de sus utilidades. Esto es, dos veces más de lo que consagra a la investigación, según la revista "50 Millones de Consumidores" de aquél país.

Del estudio de Ivan Ilich se destaca la observación de que las enfermedades que padecen las sociedades occidentales han sufrido cambios importantes. En el curso de un siglo, afirma, han desaparecido tantas causas de defunciones masivas, que actualmente dos tercios de las muertes están relacionados con los males característicos de la vejez. Los que mueren jóvenes, en la mayoría de los casos, son víctimas de accidentes, violencia y suicidios.



...publicidad de los laboratorios.

Esta desaparición de causas de defunciones se atribuye al progreso de la medicina y al mejoramiento de la asistencia médica. Sin embargo, señala Ivan Ilich, "el estudio de la evolución de las características de las enfermedades proporciona pruebas de que, durante los últimos cien años, los médicos no han influido sobre esas características más profundamente que los sacerdotes y hechiceros en épocas anteriores".

Agrega enseguida: "las pestes de la Edad Media, la tuberculosis de la era industrial, el cólera, la disentería, la tifoidea y el sarampión, *se presentaban y desaparecían por razones que no tenían relación directa con el control médico y con la aparición de los antibióticos*".

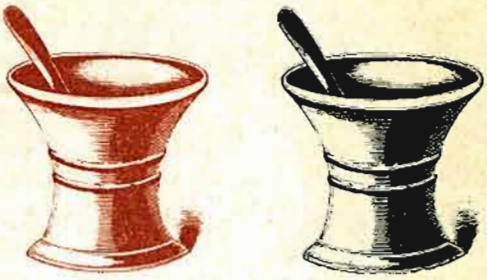
Esto no significa necesariamente —añade el autor vienés— que la práctica médica y por consecuencia la aparición de las medicinas, sean nocivas o inútiles. Sólo quiere decir que el mantenimiento de la salud no se concreta a la ingestión de medicamentos y visitas médicas. También depende, en gran parte, del ambiente, alimentación, condiciones de trabajo y, en general, del mejoramiento sustancial de la calidad de vida.

La adición a las medicinas es también un grave problema. Hace veinte años las farmacias mexicanas vendían la mitad de las variedades de medicamentos que había en Estados Unidos.

Según el mencionado autor, para 1975 existían cuatro veces más productos medicinales a la venta aquí, que en el país del norte.

Las campañas publicitarias y las falsas innovaciones también desvían la atención de las verdaderas necesidades y problemas del consumidor. En Bélgica, por ejemplo, durante 1975, y sólo hasta aquel año, se lanzaban anualmente al mercado doscientas nuevas especialidades, de las cuales el 15 o 20 por ciento eran efectivamente productos noveles... y sólo 10 por ciento de ellas constituían un verdadero progreso terapéutico.

¿Boticas o farmacias?



Botica: establecimiento donde se preparan y venden medicinas. Farmacia: laboratorio y tienda del farmacéutico. Actualmente existen cerca de tres mil de estos establecimientos en el Distrito Federal

En México se manejan, actualmente de manera oficial, ambos nombres. Pero lo importante, realmente, es que dichos establecimientos cumplan adecuadamente con la función que el público requiere (venta de medicinas de patente y preparación de recetas magistrales), aún cuando hoy se hayan convertido en grandes, medianos o pequeños establecimientos que ofrecen desde artículos escolares, dulces, chicles, chocolates, juguetes, billetes de lotería, helados y paletas, hasta discos musicales y semillas para plantas de ornato, para quedar convertidos en *drug stores* al estilo norteamericano.

¿Qué puede usted exigirle a una botica?

Para empezar, la Secretaría de Salubridad y Asistencia (SSA), señala que una botica debe contar, entre otros empleados, con un responsable titulado de Químico Farmacéutico o Farmacobiólogo, el cual deberá permanecer en el establecimiento por lo menos tres horas diarias y controlar el Libro Copiador de Recetas y el de Narcóticos; manejar el sello fechador, que deberá señalar el nombre, domicilio y teléfono de la farmacia; fecha, nombre del responsable, con sus datos profesionales; vigilar la identidad y pureza de los medicamentos, así como su almacenamiento, conservación y venta. Además tiene la obligación de ordenar en sus disposiciones todo lo necesario para que la botica funcione dentro de las normas que indica el Reglamento y el Código Sanitario.

Son muy importantes, también, los llamados "empleados de mostrador", por su trato directo con el público, y cuya función específica y concreta es la de surtir las recetas que los compradores presentan, además de la venta de los llamados medicamentos populares; pero en *ninguna circunstancia tienen la función de orientar al público, aunque éste se lo pida.*

Para trabajar en una farmacia como empleado de mostrador, la S.S.A., exige como requisitos ser mayor de edad y haber cursado la enseñanza primaria. Pero, en la realidad, se observa que algunas personas que se inician como almacenistas, después de cierta práctica se convierten en empleados de mostrador. En estas circunstancias, ya sabe usted a lo que se expone cuando escucha el consejo "médico" de uno de estos empleados. Por otra parte, la responsabilidad en la compraventa de medicamentos sin receta recae en quien compra; y en caso de ser productos que por Ley la requieran, en quien los vende.

Al consumidor que acostumbra pedir consejo al dependiente, le informamos:
Los requisitos para trabajar como empleado de mostrador de una bo-

Hay miles de medicamentos que usted desconoce ¿los toma por consejo del dependiente?

tica, son haber cursado la enseñanza primaria y ser mayor de edad. ¿Es esto suficiente para confiar en su "receta"?

Además, el Reglamento respectivo prohibe que en las boticas se preste servicio médico (como la aplicación de inyecciones, sueros, vacunas y otros), sino es por separado y bajo la responsabilidad de un profesional de la medicina.

Otros requisitos

Además de la Licencia Sanitaria que la Ley Federal exige, y de algunas observaciones de índole higiénica, se pide entre otras cosas *una gaveta especial con llave* para el control de estupefacientes y un refrigerador para conservar los medicamentos que requieren almacenamiento a cierta temperatura.

También exige poner a la vista un rótulo con el horario en que la farmacia permanece abierta al público, así como los del responsable y de su auxiliar. Además indica que estos establecimientos deben prestar un verdadero servicio social, por lo que ordena que cuenten con un surtido adecuado, y con determinados útiles e instrumentos propios del ramo, en las cantidades que la misma autoridad señala.

¿Por qué hay tantas boticas?

En el Distrito Federal existe un número exagerado de boticas. Los entendidos opinan que este fenómeno obedece a que tradicionalmente se ha considerado como un negocio de lo más noble y redituable. Pero esto era cierto sólo cuando el establecimiento tenía mucho de laboratorio y en él se preparaba gran número de recetas de las llamadas magistrales; hoy, sin embargo, la industria farmacéutica, con sus medicinas "de patente", ha hecho descender casi a cero estas preparaciones, y la farmacia se ve sujeta al margen que le conceden los mayoristas de medicinas, lo que las convierte en un negocio como cualquier otro.

La SSA trata de aplicar normas de modo que toda farmacia preste un verdadero servicio social: le exige que cuente con un surtido adecuado y con determinados instrumentos propios del ramo. Por otra parte, se les permite gran margen en el horario.

Para mejorar sus ingresos, estos establecimientos se han visto obligados a aumentar el número de artículos que manejan, lo que contribuye a desdibujar aquella imagen de la botica antigua, deshumanizándola en cierto modo. Por ello también las más pequeñas tienden a desaparecer, cediendo su lugar a las grandes.

Es muy útil saber, ¿cuántas horas permanecen abiertas al público?

En realidad, las autoridades han dejado este renglón a la elección de cada botica. Los horarios fluctúan entre las 7:30 y las 24 horas; las farmacias grandes prestan servicio hasta quince horas diarias; las medianas y las chicas abren de 8 o 9 de la mañana y cierran entre las 20 y las 24 horas.

Algunas trabajan con el mismo horario, incluso los domingos. Aún otras dan servicio a domicilio en determinadas colonias.

La automedicación

En el renglón de los medicamentos "populares", se observa que la publicidad tendenciosa ha logrado hacer impacto en un gran número de consumidores. Ante frases como "le alivia el dolor", "le calma" o "le ayuda", el público reacciona automáticamente cuando siente algunas de las molestias más frecuentes —dolores de cabeza o espasmos viscerales—, e incurre en la automedicación. Según los expertos, lo más lamentable de estos medicamentos es que enmascaran males que pueden ser graves; o causar hábito. En general, automedicarse es jugar con la salud, y esto resulta muy peligroso.

Las recetas

Los empleados de mostrador están obligados a respetar meticulosamente las indicaciones del médico y de ninguna manera sugerir algún cambio en la receta. Los datos de ésta, deben ser copiados por el responsable en el libro destinado para ello. Cuando se trate de medicamentos controlados, como barbitúricos o psicoestimulantes, deben ser selladas y, al tercer sello, recogidas para los efectos del control.

Disponibilidad de medicamentos

En una investigación realizada por el Instituto Nacional del Consumidor (INC), la farmacia Hidalgo de la colonia de los doctores, se negó a surtir ciertos medicamentos pretextando que iban a ser reetiquetados; por su parte, la botica San Cosme no tenía en existencia los productos solicitados; ¿puede usted imaginarse la desesperación del consumidor que necesita con urgencia el servicio de estas importantes farmacias?

La carencia de medicamentos se repitió en dos de cada diez farmacias visitadas, hecho que se agrava por tratarse de productos que aparecen en el cuadro básico de la Secretaría de Comercio, publicado el pasado 19 de octubre.

En todo caso, este tipo de establecimientos debe ocupar una función que estimamos social, emparentada en cierta forma con el juramento hipocrático del médico y con el dolor humano. Por eso es difícil admitir el frío mercantilismo de las modernas boticas.

"Farmacias de descuento"

En el renglón de medicamentos, los investigadores del INC encontraron que ciertas farmacias grandes sí ofrecen realmente un descuento que fluctúa entre el 5 y el 25 por ciento; pero, en general, el rubro es utilizado exclusivamente como señuelo. Lo anterior pudo comprobarse por medio de las compras realizadas en doce farmacias localizadas en distintos rumbos de la ciudad.

En la farmacia Esther, no obstante ofrecer un descuento de 10 a 15 por ciento, se comprobó que éste no existía al compararlo con los precios oficiales; en la de La Soledad, del 14 ofrecido, sólo hicieron efectivo del 5 al 6 por ciento.

En las farmacias de Dios, París, El Fénix, Nueva Pasteur, San Isidro, VyR, Gigante, La Paz y Los Angeles, sí se otorgaron descuentos más o menos igual a los ofrecidos.

La influencia de la publicidad de los medicamentos "populares" y la falta de verdadera información a los consumidores, han propiciado un aumento de la automedicación, que en algunos casos es absurda y peligrosa.

Las farmacias Sanborns no conceden descuentos; venden los medicamentos al precio máximo autorizado más el 4 por ciento. Sus precios resultan los más altos del mercado.

Artículos de perfumería

Los artículos de perfumería, belleza y aseo personal, registraron precios ligeramente más altos (1 por ciento) en las farmacias, que en diferentes centros comerciales.

En seis de las boticas ofrecieron descuentos de 3 a 50 por ciento; pero en igual número de ellas, los precios permanecieron fijos.

Comparando entre las farmacias, se encontró con que los precios más altos se localizaron en las de Sanborns (siete de once artículos); los más bajos, por lo contrario, los registró la Nueva Pasteur (de nueve artículos, siete) de todas las farmacias incluidas en la investigación.

No todas las farmacias que ostentan el letrero de "Farmacia de Descuento" otorgan la rebaja que ofrecen. Algunas de ellas venden incluso a precios más elevados de los autorizados.

Como puede observarse en el cuadro correspondiente, los precios de las farmacias París, de Dios, La Paz, San Isidro y El Fénix, también son bastante reducidos. Dentro de esta línea de perfumería, Gigante y Sanborns incluyen en sus precios el impuesto de 4 y 10 por ciento sobre ingresos mercantiles: el primero para los artículos de aseo personal y el segundo para los de perfumería y belleza.

En cuanto al surtido, de los dieciseis productos solicitados en los diferentes establecimientos, se encontró que las farmacias París y de Dios, los tenían todos en existencia; El Fénix contaba con quince; la Esther, Gigante, La Paz y VyR, surtieron catorce; San Isidro y Sanborns tenían once; Los Angeles diez, la Nueva Pasteur nueve y La Soledad ocho.

De los cinco centros comerciales investigados, Aurrerá y Gigante tenían quince; Comercial Mexicana catorce; De Todo doce, y Sumesa nueve

• No pida consejo médico a los dependientes o responsables de las farmacias; estos carecen de conocimientos profesionales, por lo que puede resultar peligroso confiar su salud y la de su familia a ellos.

• Sólo cuando se trate de malestares leves, que se presentan por primera vez y en forma momentánea, se puede recurrir a los medicamentos llamados populares (analgésicos, etc.) Cuando el dolor o molestia es fuerte, persistente o se presenta por segunda vez, debe acudir al médico. Los medicamentos populares pueden controlar el dolor en algunos casos, pero no eliminar la causa del mal, por lo que la enfermedad seguirá avanzando.

• Verifique siempre la fecha de caducidad de los medicamentos que adquiera.

• Si cuenta usted con servicios médicos proporcionados por el Estado, no los desaproveche. Por otra parte, exija un buen servicio, está en su derecho. Recuerde: la compra sin receta o el consumo indiscriminado de medicamentos populares, es automedicación, y los resultados pueden ser altamente nocivos para usted.

Recomendaciones a los responsables de las farmacias y boticas

• La función del responsable de la farmacia es la de vigilar que se surtan correctamente las recetas; así como cuidar la conservación de las medicinas y vigilar las fechas de vencimiento de éstas, pero de ninguna manera la de recetar al público.

• Desde el punto de vista profesional, el boticario no puede alterar la receta médica, ni cambiar la marca indicada por el facultativo.

• Los responsables de las farmacias deben exigir al comprador la receta médica, para evitar la automedicación.

• Las boticas, aún cuando son establecimientos comerciales, están emparentadas con el servicio social que representa la profesión médica. Por lo tanto, la atención, los precios y el horario flexible, deben tener un sello humanista.

Recomendaciones a las autoridades

• Dada la importancia que la medicina representa, es necesario aumentar la vigilancia sobre la calidad y el precio de los medicamentos, así como también cuidar que en las farmacias se exija la receta médica correspondiente.

Aunque se investigaron doce farmacias, en realidad representan 69 puntos de venta, debido a que la mayor parte de ellas son cadenas.

FARMACIAS INVESTIGADAS POR FUNCIONARIOS DEL I.N.C.

1. FARMACIA PARIS, S.A.
   República del Salvador 97
   esq./c. 5 de Febrero
   510.19.14
2. FENIX CENTRO, S.A.
   Madero No. 39 esq./ Motolinia
   512.99.51
3. LOS ANGELES - Aeropuerto
   Calz. I. Zaragoza 270
   571.32.73
4. FARMACIA VyR
   Moliere, Polanco
   Ejército Nacional 816
   520.02.50 520.69.63
5. FARMACIA SAN ISIDRO
   Av. Niños Héroes 196
   578.14.73
6. FARMACIA DE DIOS
   Operadora de Farmacias
   5 de Febrero 41
   521.14.58 521.30.27
7. FARMACIA SANBORNS
   Cuauhtémoc 242
   578.85.55
8. FARMACIA NUEVA PASTEUR
   Aguascalientes 131
   564.30.71
9. FARMACIA LA SOLEDAD
   Azcapotzalco T88-B
   561.22.52 561.53.05
10. FARMACIA ESTHER
    Edison Esq./c Serapio Rendón
    535.95.05 535.58.06
11. FARMACIA LA PAZ
    Av. de la Paz No. 37
    San Angel
    550.42.38 550.46.70
12. FARMACIA GIGANTE
    Municipio Libre 314
    Suc. - División del Norte
    575.27.43 575.25.10

CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS DE MEDICAMENTOS Y OTROS SERVICIOS EN FARMACIAS DEL D. F.

Unidad	PRODUCTOS	De Dios 2	Esther	Fénix	Gigante	La Paz	Los Angeles	Nueva Pasteur	París	* Sanborns	San Isidro	La Soledad	VyR 2	Precio Oficial
	Acylanid 50 comprimidos				16.30		18.70						17.20	
1500 U.	Antitoxina tetánica frasco Amp.	30.15				33.20		30.60	30.00		30.00	33.25	33.00	(—)
140 ml.	Bryrel Frasco	17.25	20.30		17.70	19.20	19.70	17.40	17.40	21.10**		19.30	19.30	20.30
120 ml.	Cepacol Frasco	7.95	9.20	7.95	8.05	8.60	9.90	7.20		9.55**	7.30	14.00	9.20	9.20
10 mg.	Librium 10 c 20 cápsulas	18.00	20.90		18.95	19.80	20.50	17.80	17.90	(24.80**1)	18.00		20.00	20.90
	Mexaformo 20 grageas	12.90	15.00	12.90	13.05	14.20	14.50	12.00	11.70	15.60**	12.90	14.25	14.00	15.20
	Omatrol Spansule caps. 10 en sobre		20.70	17.80		19.60		17.80	17.80	21.50**	17.80	19.65	19.50	20.70
	Pironal 6 supositorios	17.80	20.70	14.55	18.00	(21.20) 1		17.80	17.80	21.50**	17.80	20.70	18.50	20.70
	Senosiain sup. caja 10 supositorios	8.30	9.60	8.25	8.65	9.00	9.40	8.20	8.40	9.95**		9.10	8.70	9.60
	DESCUENTOS:													
	El mencionado para medicamentos (%)	14	10-15	14-20	9	5	—	14-25	13	No	14	14	5-12	
	El comprobado en relación con precio máximo al público (%)	14-15	No.	14.20	9-14	5-7	2-5	14-22	13-25	*	14-21	5-6	4-11	
	HORARIOS:													
	De lunes a sábado (corrido)	8-23 h.	9-23 h.	9-21 h.	8-24 h.	8-22.30 h.	24 hs.	10-22 h.	8-23 h.	7.30-1 am.	10-22 h	8-22	9-24 h.	
	Domingos	8-23 h.	10-21 h.	No	8-24 h.	8-22 h.	24 hs.	No	10-21 h.	7.30-1 am.	No	8-22	9-24 h.	
	Servicio a domicilio	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	
	DIFERENCIA PORCENTUAL EN MEDICAMENTOS (%)	- 8	7	- 12	- 6	2	4	- 9	- 9	14	- 9	7	100%	
	DIFERENCIAS PORCENTUALES EN PRODUCTOS DE PERFUMERIA, BELLEZA Y ASEO PERSONAL (%) 100%	100%	16	15	15	6	21	- 14	9	35	- 6	86	12	

NOTA: Estos productos fueron seleccionados al azar, se utilizaron solamente como muestra, y de ninguna manera deben tomarse en otro sentido.

- □ Precio más bajo
- ** Precio más alto
- * Cobra el 4% sobre Ingresos Mercantiles
- ( ) Rebasa el Precio Máximo autorizado
- -) No tiene precio oficial por cambio de denominación
- 2 Representa el 100% (por tener todos los productos) para el cálculo de la diferencia porcentual.
- Representa en porcentaje los precios más altos.
- Representa en porcentaje los precios más bajos.

CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS DE PRODUCTOS DE PERFUMERIA, BELLEZA Y ASEO PERSONAL EN FARMACIAS

Unidad	Productos	De Dios	Esther	Fénix	Gigante (3)	La Paz	Los Angeles	Nueva Pasteur	París	Sanborns (3)	San Isidro	La Soledad	VyR	Precio Promedio
	Productos de Perfumería y Belleza													
115 ml	Agua de colonia flor de Naranjo Sanborns	39.60**	26.40	26.00		24.40	—	—	19.85	25.80	20.70	25.80	25.80	26.04
160.5 g	Crema "S" Pond's p/cutis seco	30.30	36.50	32.85	36.10	—	36.20	26.55	—	40.15	29.20	—	36.50	36.50
134 g	Crema Nivea lata	16.30	22.00*	19.80	20.65	20.80	20.00	17.60	16.95	22.00	16.50	21.00	21.90	19.63
1 Pza	Embellecedor de Pestañas (rimel) Max Factor	63.20	—	63.20	69.30*	63.20	—	53.00	63.00	—	—	—	56.50	63.06
70 ml	Loción Jokey Club lavanda	35.65	30.00	36.00	31.10	28.40	—	—	20.05	—	48.00	40.00*	39.80	37.63
140 ml	Loción Old Spice Lime	62.20	66.00	67.95	65.30	71.60	60.00	44.80	71.60	83.05	52.50*	73.00*	57.90	64.68
12.80 g	Polvo Angel Face de Pond's (maquillaje)	8.90	11.50	11.60	9.75	12.20	—	9.40	10.35	—	10.30	12.30*	12.90	10.92
210 g	Shampoo Protein 21 normal	30.10	30.20			25.60	30.20	—	32.70	46.95*	—	30.20	30.20	32.02
245 g	Talco Mennen Rosa	15.35	23.90	14.95	25.90*	21.00	21.10		14.20	24.90	—	17.90	24.90	20.40
	Productos de Aseo Personal													
400 hjs	Caja de pañuelos desechables Kleenex	11.30	17.50*	10.65	11.35	14.20	14.80	—		14.50	10.20	12.80	11.50	12.88
180 g	Crema dental Vince B	15.95	19.00	16.95	16.20	—	19.75	14.20	17.00	19.95*	15.00	—	19.90	17.39
1 Pza	Cepillo dental Dr. West (suave) Adto.	14.25	17.60	14.95	16.10	13.00	—		14.10	18.30*	15.00	—	17.60	16.66
135 g	Desodorante y Antitranspirante Confident	20.25	38.50	31.50	34.60	37.40	38.50		—	45.95*	—	—	42.50	36.15
100 g	Jabón de tocador Camay	2.85	—	2.80	3.25*	3.00	—	2.80	2.90	—	2.80	—	—	2.95
12 Pza	Pañales Kleen Bebe normal	28.20	40.60	34.70	33.80	33.40	39.50	27.20	27.90	40.90*	27.90	—	29.70	13.07
4 rollo	Papel higiénico Pétalo	12.65	16.00*	13.00	13.70	13.60	13.80	12.20	12.85	—	—		—	13.48
														439.38

Nota: Estos productos fueron seleccionados al azar; y por tanto no se están recomendando y pueden ser o no los de mejor calidad; se utilizaron solamente como muestra y de ninguna manera deben tomarse en otro sentido.

- □ Precio más bajo
- ** Precio más alto
- Oferta

1 incluido en el precio 10% sobre ingresos mercantiles
2 incluido en el precio 4% sobre ingresos mercantiles
3 cobran el 4 y 10% sobre ingresos mercantiles

El Arroz

Ninguno de los consumidores encuestados por el INC conocía las diversas calidades del arroz que se ofrece en el mercado

Arroz rojo, negro, amarillo o blanco, según se prepare en el altiplano, en Jalisco o en Yucatán. Pero siempre, en la mesa del mexicano, estará presente este cereal introducido a nuestro país por los españoles desde la época de la conquista.

El consumo en México es de 4.74 kilogramos per cápita al año, aproximadamente; lo que da un promedio de 13 gramos por día.

Preferimos el arroz menos nutritivo

Este rico grano se puede obtener en diferentes formas:

- Palay (con cáscara adherida a la semilla)
- Moreno (descascarado pero aún con salvado)
- Pulido (arroz blanco descascarado sin germen ni salvado)
- "Parboiling" (sancochado o precocido).

El arroz pulido es el de mayor demanda en el mercado, no obstante que el moreno y el parboiling contienen mayor cantidad de proteínas, vitaminas y minerales.

El que se consume en la ciudad de México procede de las diferentes regiones arroceras de la República Mexicana. Llega pulido, a granel y empacado a los distribuidores.

Proceso de elaboración

En las principales zonas que son: Sinaloa, Morelos, Tabasco, Oaxaca, Nayarit y Guerrero se realiza el proceso de elaboración que consta, en términos generales, de las siguientes etapas:

- Limpieza del grano (para librarlo de impurezas)
- Descascarado (se elimina la cáscara, quedando el arroz integral)
- Pulido (se desprende el salvado y salvadillo para que quede totalmente blanco)
- Preparado (se clasifica el grano en: entero, medio grano y granillo)
- Empaque (que se realiza de acuerdo con las calidades, peso, precio y presentación)

Diferentes conceptos de calidad

La calidad del arroz, a excepción de la considerada desde el punto de vista nutricional, es un concepto muy elástico que varía en los diferentes países y que depende de muchos factores. El agricultor opina que el grano óptimo es aquel que se desarrolla mejor en su terreno resistiendo los cambios del clima, que produzca poca paja, soporte las enfermedades y los insectos y que sea lo suficientemente precoz para permitirle levantar una segunda cosecha fácilmente.

Para el molinero será aquel cuya cáscara se separe fácilmente; rinda un alto porcentaje de grano blanco entero y tenga buen aspecto físico.

Para el consumidor debe cocerse rápidamente y tener buen color y forma. De la misma manera, tener textura agradable al paladar. En esto, las opiniones varían y son en realidad resultantes de las costumbres de la región.

De los millares de variedades, se distinguen dos principales: la japónica, cuyos granos cortos se apelmazan durante la cocción y que es la preferida en la mayoría de los pueblos asiáticos; y la índica, de semillas alargadas que permanecen separadas y esponjadas después de hervidas; predilecta en México y otros países. Existen también variedades intermedias.

Especie índica de semillas alargadas, es la variedad que prefiere el público mexicano.

4.74 kilos de arroz consume cada mexicano al año.

El criterio que se utiliza para evaluar el arroz comercial comprende:

- Calidad de molienda
- Apariencia del grano
- Calidad culinaria
- Calidad para varios usos industriales

Apariencia del grano

"La comida entra por los ojos" y el consumidor prefiere el grano grande, alargado y translúcido. Los que reúnen estas cualidades son altamente solicitados por la industria arrocera. La longitud da lugar a la clasificación en extralargo, largo, medio, corto y extracorto. Por su forma puede ser: delgado, medio, oblongo y redondo.

Los "yesosos" (no translúcidos) se presentan ya sea por bajas condiciones desfavorables del medio ambiente, ciertas prácticas de cultivo o la cosecha temprana. La yesocidad desaparece al cocinarse y no tiene ninguna influencia directa en la calidad culinaria y de cocción. Al efectuar ésta, se determina dicha categoría de acuerdo con la consistencia y aglutinación, dando origen a cuatro grados de clasificación: muy bueno, bueno, regular y malo.

Valor nutricional

Lo alimenticio del arroz radica fundamentalmente en su contenido calórico, por la alta concentración de carbohidratos. Respecto al valor proteínico de éste, varía de acuerdo con el proceso industrial, como se observa en el parboiling (sancochado) cuya concentración es de 10.9 por ciento. Este desarrollo permite mayor difusión de los aminoácidos del germen y de la tiamina al grano. Por su lado, el moreno conserva una cubierta rica en tiamina y minerales, así como germen rico en proteínas y grasas. (Ver cuadros 1 y 2).

Las marcas que se ofrecen en el mercado mexicano

Una investigación realizada por el INC reveló que de veintidós marcas de arroz pulido blanco, cuatro no especifican su grado de calidad comercial. Por otra parte, en la de la Conasupo no figura el número de registro de la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

No es fácil establecer su calidad culinaria, dado que existe gran diferencia entre las especificaciones de la Norma Oficial de Calidad sobre "Arroz Pulido para uso Doméstico", de la Dirección General de Normas (DGN) y las de la Dirección General de Precios (DGP) para "Arroz Pulido Blanco en toda la República". Los porcentajes de grano quebrado que acepta la DGP están muy por debajo de los de la DGN, lo que afecta la calidad y el precio asignado.

De quince marcas adquiridas al azar en el Distrito Federal, supuestamente de calidad Super Extra, sólo dos de ellas cumplen con los requisitos; siete caen en la calidad Extra; cuatro en la de primera y dos en la de segunda.

De cinco de calidad Extra, ninguna puede considerarse en esa especificación; cuatro se concentraron muy por debajo de ésta.

Los precios fluctúan mucho con respecto a la calidad real de la mayoría de las marcas, variando en sus diferentes presentaciones de cincuenta a setenta y cinco centavos. (Ver tablas 1 y 2).

De acuerdo con estas observaciones, se detectaron violaciones al Código Sanitario (Capítulo I, Artículos 226 y 230) y a la Ley Federal de Protección al Consumidor. (Art. 31).

Recomendaciones

A las autoridades. Se hace necesario que la Dirección General de Normas acuerde con la Dirección General de Precios, los porcentajes de arroz quebrado para las diferentes calidades del grano; y que se les exija a los fabricantes que pongan en sus etiquetas el máximo permitido.

También, que las autoridades correspondientes adopten mejor control sobre estos productos en el mercado, ya que varias marcas no especifican su grado de calidad comercial.

La SSA debería exigir que todos los artículos sin excepción, lleven su registro correspondiente.

A los envasadores, que en sus etiquetas aparezca la fecha de envasado con el objeto de tener mejor control sobre los productos.

Al envasador. **Observar cuidadosamente que la calidad corresponda a aquella declarada en su etiquetado.**

Debe cuidarse no mezclar dos o más tipos de arroz para no afectar la calidad culinaria, ya que cada variedad tiene diferente temperatura de gelatinización. Es importante señalar que en la etiqueta del artículo debe mencionarse la fecha de envasado, y su porcentaje máximo de quebrado, según la calidad, como se ofrece al público. **Para disminuir el costo de un producto popular, es recomendable utilizar empaques o envases de material que no propicie el alza.**

Al consumidor. Adquiera los productos envasados en bolsas de polietileno, ya que así podrá ver, palpar y aquilatar la calidad del mismo.

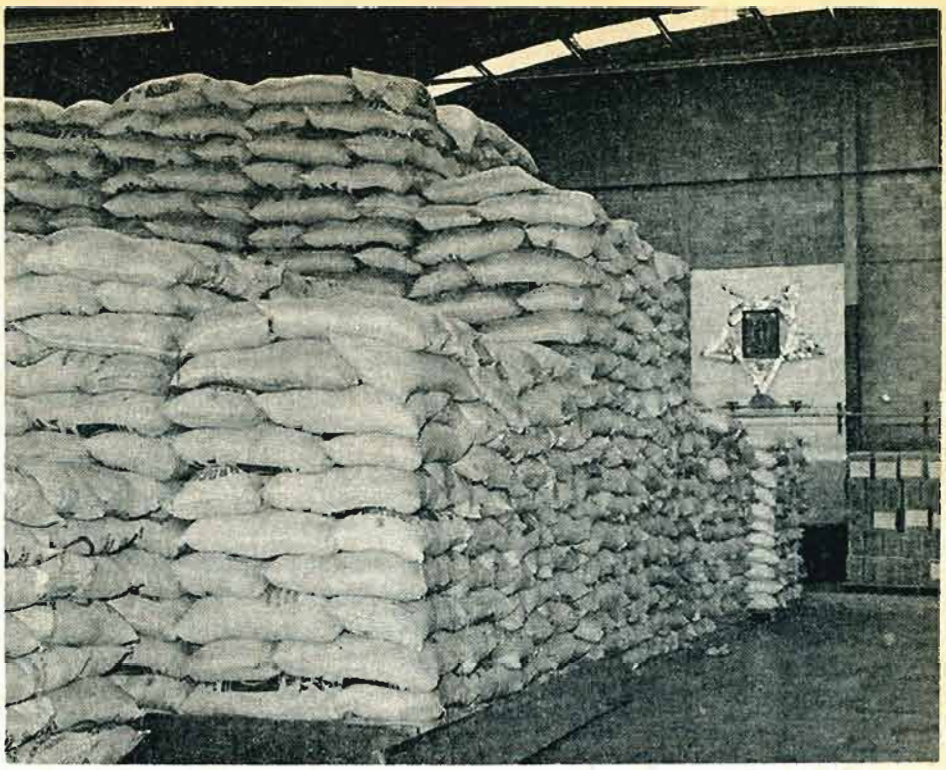
Compre siempre, si prefiere arroz envasado en caja, el de precio más económico.

Y no tenga preferencia por las marcas existentes en el mercado, ya que de las estudiadas en la presente investigación, en sus diferentes calidades comerciales, todas tienen buen cocimiento y contenido proteínico.

Calidades del arroz pulido, de acuerdo con los porcentajes de arroz quebrado que contine:

Super extra 5% de arroz quebrado
Extra 10% de arroz quebrado
Comercial 25% de arroz quebrado
Popular 45% de arroz quebrado

Examinelo para comprar de acuerdo con sus necesidades.



El porcentaje de granos quebrados determina la clasificación en superextra, extra, comercial y popular.

Conclusiones

- El 18.1 por ciento de las 22 marcas, no especifican su calidad comercial.
- De 15 declaradas "Super Extra", el 13.3 por ciento cae en esta clasificación; el 46.6 en "Extra", el 26.6 en primera y el 13.3 en segunda.
- De las 5 denominadas "Extra" el 100 por ciento no cumple con esta especificación.
- **Los precios varían respecto a su calidad real de 5.4 a 7.2 por ciento en sus diferentes presentaciones.**
- Existe gran diferencia entre las especificaciones de la Dirección General de Normas y la Dirección General de Precios, en la normalización de este producto.
- **De las 22 marcas comerciales, el 90.9 por ciento infringen los Artículos 226 y 230 del Código Sanitario y los Artículos 31 y 33 Fracción I de la Ley Federal de Protección al Consumidor.**

Elías Ortiz Bello, jefe de la Oficina de Información y Procesamiento de Datos de la Dirección General de Precios de la Secretaría de Comercio, comenta:

"La Norma del arroz es optativa puesto que este cereal se ha dividido en cuatro tipos diferentes: Super Extra, Extra, Comercial y Popular. Cada una de estas muestras se caracteriza por la cantidad de grano quebrado que contiene. Igualmente los precios se han fijado de acuerdo con estas clasificaciones.

¿Quiénes se encargan de inspeccionar el arroz? ¿Quién controla su calidad?

"Los inspectores del Departamento de Inspección y Vigilancia de la Dirección General de Precios. Ellos van a las distribuidoras, empacadoras y, sobre todo, a los estanquillos y mercados donde se vende el arroz a granel, puesto que el empacado, cuando llega al mercado, ya pasó el control de calidad".

"Yo fui inspector durante muchos años y me tocó varias veces examinarlo. Mi trabajo consistía en llegar a los mercados y tiendas, pesar 100 gramos del grano y separar los quebrados. Cuando ya se tiene mucha experiencia, esta prueba se puede hacer tomando un puño y contando los quebrados. Así, inmediatamente se puede clasificar a qué tipo pertenece y si se está vendiendo al precio fijado por la Secretaría de Comercio".

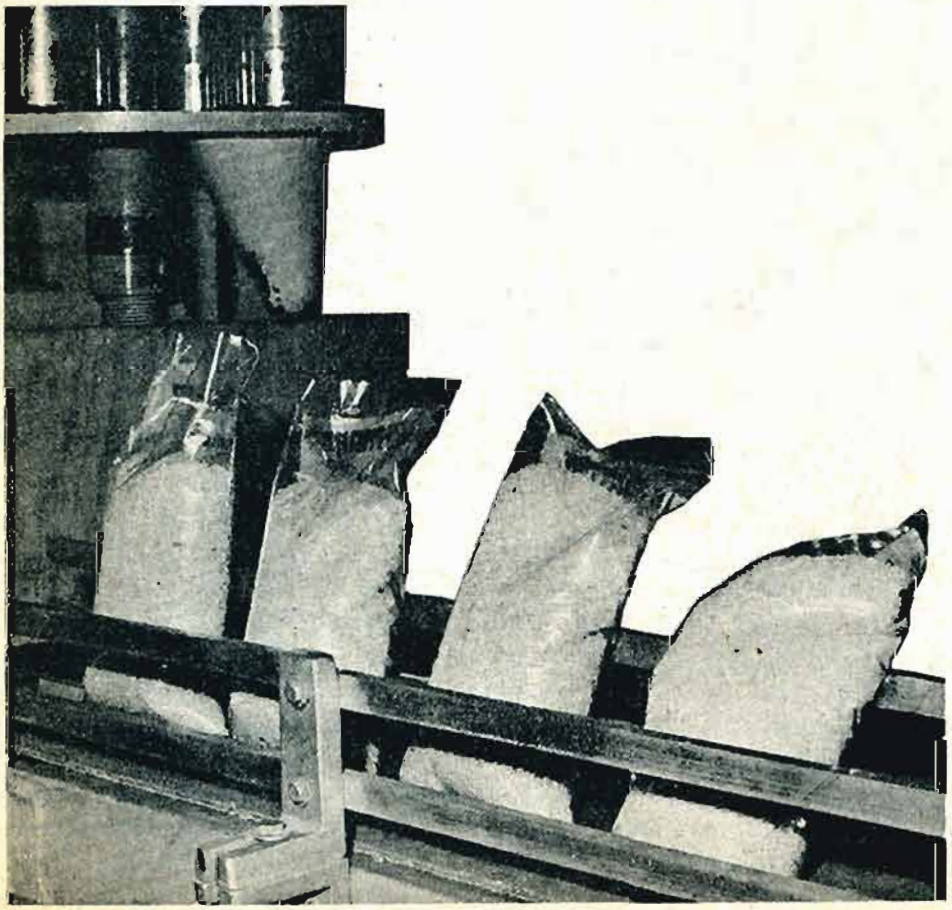
"Opino que el empacado tiene mejor calidad puesto que su control es más estricto. El que se vende a granel viene en costales y, además de que muchas veces no concuerda el tipo en el que se vende, suele caerle basura al recipiente. Por otra parte, no es muy grande la diferencia en precios".

"Todo el arroz que se rige bajo estas Normas de calidad y precio, es pulido. Hay también en el mercado el integral, que únicamente se vende en algunas tiendas vegetarianas. Este artículo es más caro y no está sujeto a control".

¿Existe alguna sanción para el que no cumpla con el precio establecido, de acuerdo con las Normas?

"Sí, y ésta depende del capital en giro del lugar donde se vende y del aumento en precio no permitido".

MARCA COMERCIAL	Presentación	Calidad Comercial Declarada	Calidad Comercial Real	CONTENIDO NETO (gr.)	CONTENIDO REAL (gr.)	PRECIOS VENTA	PRECIO OFICIAL
COVADONGA	Granel	Super Extra	Super Extra	1,000	1,034	$ 10.00	$ 10.00
GRIJALVA	Bolsa polietileno	Super Extra	Super Extra	750	755.66	7.50	8.20
AZTECA	Caja	Super Extra	Extra	750	733	8.30	8.65
J. SEVILLA	Caja	Super Extra	Extra	750	764.67	7.80	8.65
LA VIRGEN	Caja	Super Extra	Extra	750	771.67	7.90	8.65
SANTA CLARA	Bolsa polietileno	Super Extra	Extra	750	786.66	7.50	8.40
MORELOS	Granel	Super Extra	Extra	1,000	1,015	9.90	10.00
GIGANTE	Bolsa polietileno	Extra	Extra	1,000	1,012.3	9.50	10.45
RENDIDOR	Bolsa polietileno	Super Extra	Extra	1,000	1,015.67	8.35	8.40
PAQUETE 61	Bolsa polietileno	Super Extra	1a.	1,000	1,015	11.20	11.20
SAN JOSE	Caja	Super Extra	1a.	750	771.33	8.20	8.65
CATARINOS	Bolsa polietileno	Super Extra	1a.	1,000	1,010	10.90	11.20
DIAMANTE	Caja	Super Extra	1a.	750	751.67	8.20	8.65
VERDE VALLE	Bolsa polietileno	Super Extra	1a. - 2a.	1,000	1,021.67	10.55	11.20
SOBERANO	Bolsa polietileno	Super Extra	2a.	1,000	1,008.3	11.00	11.20
LA MERCED	Bolsa polietileno	Extra	1a.	1,000	1,025	9.80	11.45
COSECHA	Bolsa polietileno	No especifica	1a. - 2a.	1,000	1,055	9.80	10.45
SINALOA	Granel	Extra	1a. - 2a.	1,000	1,063.3	7.60	8.10
MAYA	Caja	Extra	1a. - 2a.	750	765.66	7.60	8.10
SAN MARTIN	Caja	Extra	Popular	750	775	7.95	8.08
LA VIRGEN	Caja	Comercial	1a. - 2a.	750	801.6	6.90	7.59
CONASUPO	Bolsa polietileno	Popular	Popular	1,000	1,023.	6.60	6.60
SCHETTINO	Caja	Parboiling	Parboiling	955	966.6	23.20	—
DORADO	Caja	Parboiling	Parboiling	750	775	11.95	—
CRISTAL	Caja	Parboiling	Parboiling	750	773.6	14.20	—



El paquete de bolsas de polietileno permite cerciorarse de la calidad real del cereal.

RESULTADOS SOBRE LA ENCUESTA DE CONSUMO DE ARROZ EN EL D.F.

Consumen arroz: 100%

Tres veces por semana: 33.33%
Dos veces por semana: 42.33%
Una vez por semana: 24.33%

El factor de decisión es el precio: 17%

El factor de decisión es el aspecto (granos quebrados, estrellados, limpieza, etc.): 83%

No tienen preferencia por ninguna marca en particular: 73.33%

Adquieren el producto en bolsa de plástico: 48.33%

Adquieren el producto en caja de cartón: 38.33%

Lo adquieren a granel: 13.33%

Desconocen las diversas calidades de arroz que se ofrecen en el mercado: 100%

Toxicomanía, peligro supremo

El abuso de la droga altera el comportamiento de una persona, de modo que atenta contra su propia salud y el bienestar de la sociedad

Por curiosidad o bien para estar de moda en las fiestas; para rendir mejor en los deportes o en ciertos trabajos que exigen esfuerzos supremos; para aliviar las tensiones o vivir más intensamente. Este puede ser el inicio del consumo compulsivo *de la droga.*

¿Conoce usted a alguien así?

En la gama de ejemplos que proporciona la Asociación Médica Americana, seguramente usted puede identificar algunos casos:

- Catalina es secretaria de una escuela suburbana. Ha probado la mariguana unas cuantas veces presionada por sus amigos, pero sin aficionarse realmente. Ella sería denominada consumidora *experimental.* Prueba la droga de vez en cuando, no regularmente, y es motivada por la curiosidad o el deseo de experimentar un cambio de humor o estado de ánimo.
- Su hermana Rebeca, también secretaria, regularmente fuma droga en las fiestas y reuniones organizadas por sus amigos. Ella es una drogadicta *recreativa,* y a pesar de que su consumo es constante, no la lleva a la escalada o al uso de otros fármacos.
- Miguel pertenece al equipo deportivo de su escuela secundaria. Espera obtener su pase a la superior basado en brillante actuación deportiva. Habitualmente consume anfetamina antes de cada juego porque piensa que esto lo hace desempeñarse mejor.

Obtiene las píldoras por medio de su padre, un chofer de camión que las usa para mantenerse despierto durante sus viajes nocturnos. Miguel y su padre ingieren estos fármacos para alcanzar algún efecto deseado, o enfrentar un problema o situación específicos. Son consumidores *circunstanciales.*

- Guillermo es un ejecutivo de mercadeo. La tensión constante de su trabajo le hace difícil relajarse en horas de descanso, por lo que regularmente toma tranquilizantes.
- María es una ama de casa de mediana edad que se siente infeliz e insatisfecha porque su esposo e hijos no parecen necesitar mucho de ella. Permanece en su hogar la mayor parte del tiempo bebiendo vodka durante el día, para olvidar lo deprimida que se siente. Ambos Guillermo y María tienen un consumo *intensivo.*

Generalmente, esto significa el uso diario de la droga, motivado por la necesidad de aliviar la tensión general o el deseo de mantener cierto nivel de eficacia.

- Luis se ha mantenido apartado de la escuela por varios años y no logra encontrar satisfacción en el trabajo u otros quehaceres. Para él, la parte más significativa de su existencia es inhalar cocaína, lo que le proporciona una fuerte "aceleración". Este tipo de farmacodependientes pertenece a una clase diferente de drogadicción *intensiva,* pues su afición está motivada por el deseo de llevar una vida excitante y satisfecha. El consumidor de drogas intensivo aún se encuentra integrado a la estructura socioeconómica.
- José es un adicto a la heroína y así lo admite. Al principio tomaba la droga con el exclusivo fin de poder pertenecer a su pandilla; actualmente se la inyecta en las venas. Necesita un promedio de ochocientos a mil pesos diarios, sólo para poder sufragar su hábito. No logra encontrar empleo y frecuentemente roba para poder adquirirla. Este caso es de los denominados *compulsivos:* la droga domina la existencia del individuo y su función social. El uso compulsivo significa un consumo de alta frecuencia y similar grado de intensidad. Se caracteriza por una fuerte dependencia psicológica que siempre es física. (Los adictos a la heroína y los alcohólicos son más fáciles de identificar entre los drogadictos compulsivos).

Ninguna droga sea psicoactiva o no, está libre de riesgos y para cada una de ellas existe una dosis eficaz (en términos de alcanzar los efectos deseados).

Todas estas personas son consumidores de drogas que tienen la capacidad de alterar su comportamiento, influyendo en sus sentimientos, humor, percepción y otros estados mentales. Incluso substancias como el tabaco y el café, tienen algunas propiedades psicoactivadoras. De la misma manera, el cigarro crea dependencia activa por la nicotina que contiene. Se puede considerar a los fumadores consuetudinarios como drogadictos.

Dos clases de dependencia

La *dependencia psicológica,* se basa en una necesidad emocional de continuar tomando la droga para alivio de una penosa tensión o para obtener aparentes sentimientos de placer o el "bienestar" que pueden proporcionar.

"El cemento de zapatero destruye cerebro, hígado, riñones y médula ósea".

El drogadicto con *dependencia física,* requiere la droga para un "normal" funcionamiento corporal y sufrirá síntomas molestos y a veces graves o

totales si el uso del fármaco es repentinamente suspendido.

El informe de la Asociación Médica Americana de los Estados Unidos, entiende por abuso de drogas, "el consumo de una substancia psicoactivante en forma que altere el comportamiento de una persona, de tal manera que atente contra su propia salud y el bienestar de la sociedad".

¿Qué es un farmacodependiente toxicómano?

Existen diferentes grados de drogadicción —indica el doctor Carlos Jorge Pérez Ares, jefe del Departamento de Psiquiatría Comunitaria, de la Dirección General de Salud Mental de la Secretaría de Salubridad y Asistencia— empezando por los llamados *probadores*, que sólo consumen la droga ocasionalmente, *por probar*. Estos todavía no alcanzan el grado de drogadictos.

Agrega: "tenemos también el grupo de los *usadores:* son los que se drogan cuando asisten a una reunión social, con una frecuencia, quizá, de ocho días a un mes. Tampoco éstos están considerados como farmacodependientes. Este grupo, generalmente consume mariguana".

"Pero los verdaderos drogadictos —señala el facultativo— son los que enfocan sus actos y actividades a procurarse la droga y a consumirla. Los individuos que constantemente se encuentran intoxicados, cuando la necesitan se ven compulsionados a cometer delitos con el fin de conseguir dinero para obtenerla".

El problema social

En definitiva —prosigue Pérez Ares—, la drogadicción es un problema de índole social. El primer grupo en resentirlo es la propia familia; después se extiende a la sociedad, ya que un drogadicto, al requerir su dosis diaria —y no contar con medios económicos para comprarla— roba, asalta o agrede violentamente a cualquier persona en su desesperante necesidad. Por otra parte, casi todos los farmacodependientes son agentes difusores de su propio vicio.

¿Cómo se inicia un farmacodependiente?

Entre las posibles causas —continúa Pérez Ares— contamos los hogares mal organizados, la pobreza, el contacto con otros farmacodependientes, la propia "sociedad de consumo". En fin, puede decirse que cada drogadicto obedece a sus propias causas, muy específicas.

Por otra parte, el amarillismo de cierta prensa lejos de solucionar el problema, lo acrecienta e induce al joven al mundo infernal de las drogas.

Las drogas y las medicinas

La venta libre de toda clase de medicamentos que se realizaba en México, fue responsable, en parte, de ciertos tipos de dependencia. Pero a partir del 17 de mayo de 1976, en que se publicaron en el Diario Oficial las nuevas disposiciones del Código Sanitario, se restringió la venta de los medicamentos considerados peligrosos en este sentido; actualmente los narcóticos son controlados por medio de recetarios especiales que expide la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

Estas medidas hicieron bajar el consumo de ciertas drogas en forma legal, aunque lamentablemente, existe un mercado clandestino fuera de todo control.

Clasificación de las diferentes drogas

Los primeros narcóticos: el opio. Originalmente, el término narcótico se refería al opio y drogas destinadas a aliviar el dolor —derivados todos de esta sustancia— tales como la morfina y codeína. Hoy, algunas drogas sintéticas o manufacturadas por el hombre, son también clasificadas como narcóticos, incluyendo la *"meperidina"* (demerol) y la *"methadona"*.

La heroína, el derivado del opio que más se utiliza; es morfina químicamente alterada para hacerla más fuerte. Actúa sobre el sistema nervioso central para producir cambios de estado de ánimo, alivio del dolor y obnubilación mental. La ansiedad se ve reducida y el individuo pasa de una euforia inicial a una disminución de actividad mental y física. La heroína puede ser inhalada, inyectada bajo la piel o colocarse en forma intravenosa. La persona adicta a esta droga regularmente se ve en la necesidad de incrementar la dosificación a través del tiempo, para obtener los mismos efectos experimentados originalmente. A este fenómeno se le llama *tolerancia.*

Los adictos a la heroína —probablemente la droga más peligrosa— y los alcohólicos, son los toxicómanos más fáciles de identificar.

La sobredosis es un peligroso riesgo para los adictos. La heroína usualmente se diluye con otras substancias, casi siempre dañinas. Se ha observado que puede conducir a una depresión en el sistema respiratorio, hasta un punto mortal.

Cuando un adicto suspende el consumo de droga, acusa extrema irritabilidad e inquietud, náuseas y vómitos, depresión y espasmos musculares.

Estos síntomas desaparecen gradualmente en una semana o diez días, aunque se requiere de cuidados médicos especiales. Si la dependencia es también psicológica, la rehabilitación es larga y difícil y requiere cuidadoso tratamiento médico y psicológico.

Los sedantes y modernos tranquilizantes

Los tranquilizantes menores son usados para inducir al sueño y relajar la tensión, así como para el tratamiento de ciertas condiciones psicosomáticas relacionadas con la tensión, presión sanguínea alta y úlceras estomacales. También se usan para combatir algunos tipos de convulsiones y epilepsia.

Los barbitúricos constituyen el mayor grupo de sedantes. Actúan como depresivos del sistema nervioso central y en pequeñas dosis alivian la tensión y ansiedad. Porciones moderadas pueden producir sueño; en dosis altas pueden causar estado de *coma*, depresión cardiaca y respiratoria, que hacen necesaria la rápida intervención médica.

Si se les combina con alcohol u otras drogas, son especialmente peligrosos, ya que la depresión respiratoria se intensifica y puede sobrevenir la muerte por asfixia. Pueden ser una

mezcla mortal, aún en pequeñas dosis.

Los tranquilizantes menores (Ecuanil, Librium, Valium y otros) no barbitúricos, tienen un efecto sedativo; en medicina se usan principalmente para el tratamiento de la angustia. Pueden ser motivo de una dependencia física y psicológica.

Las anfetaminas comienzan por quitar el sueño y el apetito

Los estimulantes son drogas que incrementan la actividad al actuar sobre el sistema nervioso central. Los más usados son las anfetaminas, cocaína, cafeína, estricnina y otros.

En el grupo de las anfetaminas se encuentran otras drogas como la benzedrina, la dexedrina y la methamphetamina. Son muy usadas en las píldoras para controlar el apetito. También ocasionalmente se emplean para lograr un excedente en la capacidad física. Por lo demás, es necesaria la receta médica para su venta al público aunque algunos farmacéuticos inescrupulosos no atienden las ordenanzas.

Las anfetaminas, al proporcionar "energía supletoria" pueden llevar al individuo a un estado peligroso de fatiga no detectada.

La cocaína es un estimulante que, en medicina, es usado como anestésico local y en circunstancias especiales como descongestionante nasal.

El uso crónico de la cocaína produce náuseas, abscesos en la piel y ocasionalmente convulsiones. No desarrolla tolerancia, pero sí dependencia.

El viaje con los alucinógenos

Los alucinógenos más bien producen distorsiones (ver y oír en forma diferente a la realidad), que alucinaciones propiamente dichas (imágenes que no tienen bases físicas). Estas substancias, también llamadas psicodélicas, son capaces de producir cambios en la sensación, pensamiento, control de uno mismo y en las emociones.

Al presente se usan experimentalmente en psicofarmacología.

El más potente alucinógeno es el LSD. Otros ejemplos son: la mezcalina, derivada de un cactus llamado peyote, y la psilocibina de un hongo mexicano.

Los efectos del LSD varían de acuerdo con la dosis.

La dependencia psicológica se basa en la necesidad de alivir una tensión penosa; la física obliga al uso de la droga para un funcionamiento "normal" del cuerpo.

La dosis común, el equivalente a un gramo de sal, produce efectos que perduran de ocho a doce horas. La personalidad del que lo ingiere varía según la cantidad tomada y su estado de ánimo. La característica predominante del LSD es lo imprevisible de su efecto.

El usuario puede tener un buen "viaje" o uno malo. El primero es aquél en que los sentidos se alteran de tal manera, que el efecto global es placentero. El segundo en el que la distorsión de la percepción causa un efecto desagradable; generalmente consiste en una acumulación de impresiones o vivencias negativas y la pérdida de la noción del tiempo. Los adictos se creen invulnerables y sienten que pueden caminar en el vacío, lo que da una idea de la enorme peligrosidad del tóxico. Su uso no causa dependencia física; pero sí puede crear una psicológica y requiere de tratamiento psiquiátrico.

Algunos consumidores de LSD creen que el efecto de la droga los dota de una percepción mayor de la normal. Sin embargo, las investigaciones científicas no han podido probarlo.

La mariguana puede ser estimulante o depresiva

La mariguana se extrae de las flores y hojas de una planta llamada *Cannabis Sativa*. Desarrollada por todo el mundo, —en diferentes variedades— usualmente es fumada en cigarrillos, aunque también puede ser ingerida. Los efectos pueden ser tanto estimulantes como depresivos.

El fumador de esta droga experimenta a veces un relajamiento y bienestar, así como un incremento de los sentidos de la vista, oído, olfato, gusto y tacto; distorsión en la percepción del tiempo; aumento de su sociabilidad con pequeñas dosis y usualmente una placentera reacción emocional.

Un individuo que frecuentemente se droga con mariguana, experimenta dificultades en sus funciones intelectuales y físico motoras.

Cemento de zapatero, especialmente peligroso para la juventud

La práctica de inhalar ciertos vapores como los producidos por gasolina, tíner, trementina, etcétera, está de hecho, limitada a sujetos cuya edad fluctúa entre los nueve y dieciocho años, que se encuentran a la búsqueda de emociones fáciles de obtener. Generalmente, estos individuos ignoran los resultados nefastos de tales prácticas.

Este problema es causa de profunda angustia entre padres de familia, y preocupación de médicos, educadores y encargados del cuidado de la juventud en general.

Sus efectos son semejantes a los que se presentan en la intoxicación alcohólica, lo que significa pérdida de la coordinación muscular, trastornos del habla, visión borrosa, zumbido en los oídos, alucinación moderada, náuseas y depresión. Son de una duración de treinta a cuarenta minutos y dependen de la cantidad de vapores inhalada. Al término de estos síntomas, se presenta un segundo periodo que dura aproximadamente una hora y que está caracterizado por modorra, estupor y en algunos casos pérdida de la conciencia.

Es interesante notar que una vez pasados los efectos de la droga, el sujeto no recuerda absolutamente nada de lo sucedido durante ese tiempo.

Los expertos han registrado efectos tóxicos sobre el cerebro, (daño celular definitivo en dosis altas), hígado, riñones y médula ósea. También se informa de baja de peso y presión arterial. Uno de los daños más severos es la pérdida de la salud mental. Los efectos de las inhalaciones conducen al individuo a un estado de dependencia tal, que en la mayoría de los casos pierde interés en todo lo que lo rodea y manifiesta un rechazo de responsabilidad.

Libros y librerías

"Las rebajas, con excepción de las ofertas especiales, son prácticamente las mismas en todas las librerías".

La función del libro es, en términos generales, la de estructurar el pensamiento de los que, en alguna forma, hacen la cultura; y proporcionar al mismo tiempo el medio para influir en los demás. Asimismo, el libro provoca los cambios necesarios para el progreso de la sociedad.

También juegan un papel muy importante en la tarea de reunir grupos humanos en torno a una cultura propia, difundida en un idioma común, desde los de texto para las escuelas elementales hasta los técnicos y eruditos, con ayuda de los cuales se preparan los profesionistas, científicos y artistas.

Producción, importación y exportación de libros

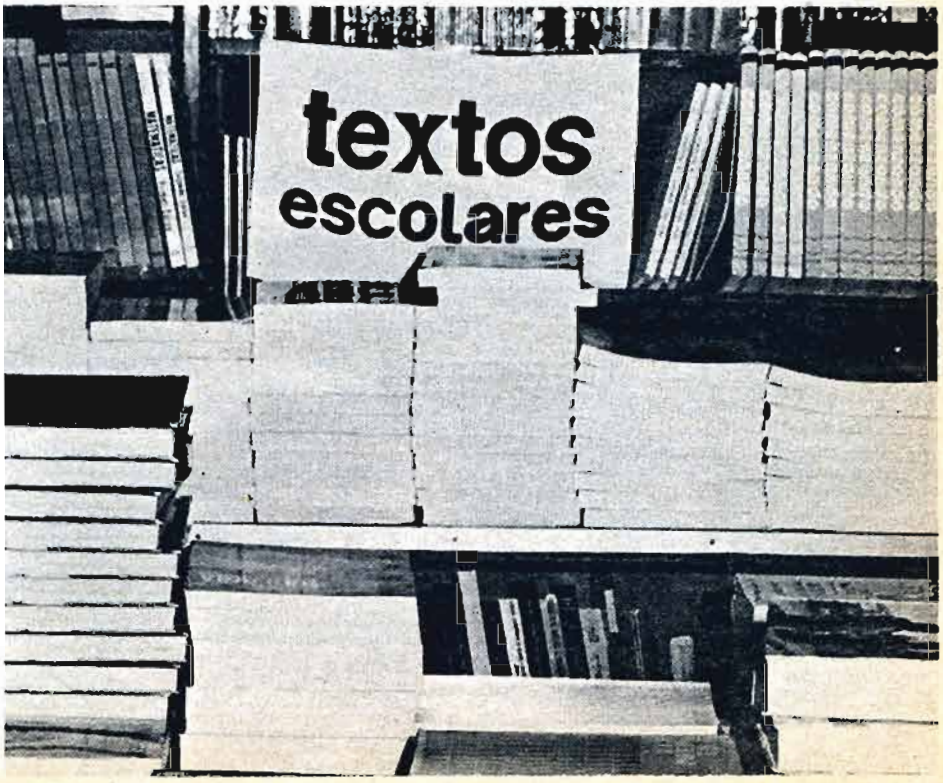
En el país existen aproximadamente 850 productoras de libros, afiliadas a la Cámara de la Industria Editorial. Se calcula que estas empresas editan unos 5 mil títulos anuales, entre libros nuevos y reediciones. El mayor porcentaje corresponde a los de texto. La industria editorial dio empleo en 1976 a 39 mil personas, a las que por concepto de salarios y demás prestaciones pagó una cifra aproximada a los setecientos treinta millones de pesos.

En cuanto a las importaciones, España es el principal proveedor, por razones de idioma y ascendencia cultural; por otra parte, este país es la puerta de salida para las traducciones de la mayor parte de la producción europea al idioma español. En 1976, México compró a España doscientos diecisiete millones de pesos en libros, lo que representa 50.6 por ciento del total de las importaciones. Le siguen en importancia, los Estados Unidos, Argentina, Inglaterra y Brasil.

Por su parte, los libros mexicanos se exportan, principalmente a Venezuela, Colombia, Puerto Rico, España y Estados Unidos. El valor total de las exportaciones, sin embargo, indica un déficit de 42.3 por ciento en relación con las importaciones.

¿Qué leen los mexicanos?

Con el progreso de la alfabetización, la lectura ya no es un privilegio de minorías; las ciencias políticas, las sociales, la psicología, etcétera, se han transformado en material cotidiano. Pero, lamentablemente, también se observa, por parte de ciertos comerciantes del libro, una tendencia a la proliferación de impresos deformantes, géneros de lectura fácil que se



Libros cada vez más caros y estudiantes pobres: no es una buena fórmula para la educación.

convierten en una evasión permanente de los temas importantes de la vida diaria. Miles de ejemplares de revistas pseudo educativas, fotonovelas y libros de bolsillo, llenan los escaparates de los kioskos y consumen el presupuesto de millones de personas.

Las librerías de la ciudad

Para algunos lectores, la búsqueda del libro representa todo un programa. Recorrer absortos, estanterías sin ser interrumpidos, admirar obras de arte y tomar un café. En la ciudad de México las librerías Gandhi, El Agora y El Juglar, ofrecen este ambiente. En ellas, lo mismo se encuentran temas científicos, sociales y narrativos, que revistas variadas.

También conceden un descuento general de 10 por ciento sobre el precio de lista; pero con mucha frecuencia ofrecen promociones de diferentes compañías editoriales, con el 20, 30 o más por ciento de rebaja.

La tradición

La ciudad ofrece también grandes atractivos para bibliófilos, coleccionistas y estudiosos. En el Zócalo y sus alrededores, junto a la catedral y en los edificios más antiguos, se encuentran librerías que nacieron con el siglo.

La Robredo cuenta con dos pisos dedicados, casi exclusivamente, a la historia y la religión. Aquí pueden hallarse, con suerte, valiosas obras históricas mexicanas agotadas en el resto del país. Y para los que gustan del libro como obra de arte o antigüedad, se encuentran ejemplares como el "Memorial de Felipe V" en ochocientos pesos, o el "Breviarum Romanum" en mil quinientos.

Muy cerca de allí, la Navarro se dedica también a la historia de México: los Anales del Museo de la Ciudad de México y un extenso archivo de libros de la época, clasificados por periodos presidenciales, así como obras del siglo XVIII.

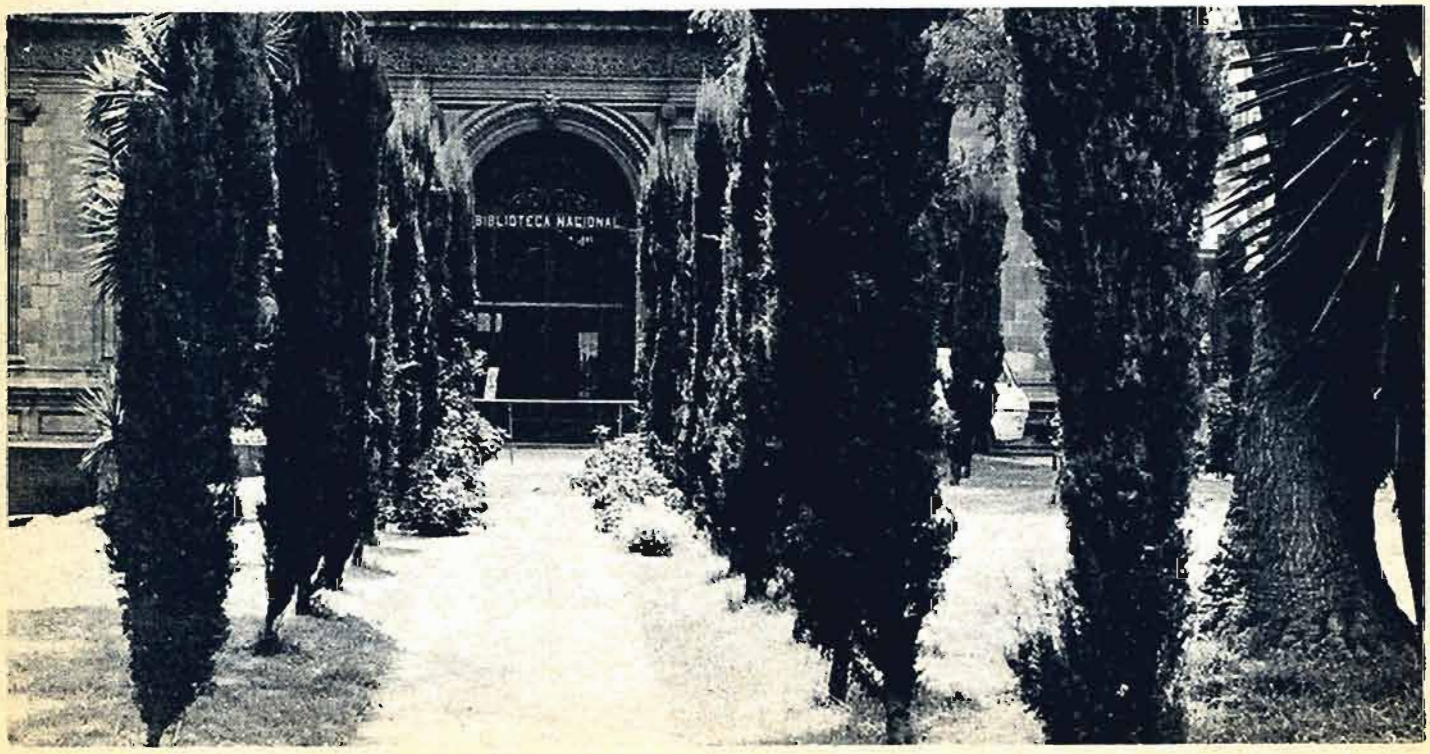
La más antigua de todas es la Librería Porrúa que además de ofrecer ejemplares de principios de siglo, realiza un activo tren de publicaciones comparable al de cualquier gran editorial. Cubre todas las áreas de la cultura y además ofrece en libros especializados, como en la rama del Derecho, un amplio surtido nacional y extranjero.

Lo viejo, lo usado y lo barato

Si bien el libro es ya un artículo de consumo masivo, para los estudiantes, principalmente, constituye un producto de primera necesidad. Por ello, y ya que rara vez cuentan éstos con los medios económicos suficientes, se las ingenian para adquirir sus instrumentos de trabajo en las mejores condiciones.

Con frecuencia se acercan a las llamadas "librerías de viejo", que viven de la compraventa de ediciones usadas. En la Avenida Hidalgo existen varios de estos comercios. Los domingos, en la Lagunilla, hay una buena cantidad de volúmenes en exhibición y los puesteros compiten para dar los mejores precios.

Detrás de la Catedral, en las calles de Guatemala, no sólo se encuentran textos usados sino también obras de entretenimiento y materiales de lectura para aquellos que prefieren los clásicos de la literatura latinoamericana y universal. Los libros usados se ofrecen aproximadamente a la mitad del precio de los nuevos. Por ejemplo, las ediciones de Aguilar con las obras completas de García Lorca o Shakespeare se consiguen allí en ochocientos pesos, en tanto que, nuevos, cuestan mil ochocientos.



Acaso las bibliotecas sean la solución adecuada.

El libro extranjero

Para aquellos que gustan de leer en diferentes idiomas, o para los que no quieren esperar la traducción de las obras extranjeras más recientes, existen en México varias librerías especializadas.

La Librería Italiana, en el parque Río de Janeiro, ofrece 25 mil títulos diferentes, entre clásicos y literatura de actualidad. Su clientela está constituida principalmente por jóvenes estudiantes. Ello hace que la corriente del pensamiento italiano haya alcanzado una amplia difusión: autores como Labriola, Gramsci, Cerroni, Coletti son muy solicitados, junto a los ya clásicos Pappini, Moravia, etcétera.

Por otra parte, también se pueden conseguir libros técnicos aún no traducidos y suscripciones para revistas italianas y europeas en general.

La Librería Francesa, cerca del Angel de la Independencia, se especializa fundamentalmente en narrativa, libros de Arte y Sociología; también ofrece, por encargo, ediciones técnicas —para muchos especialistas resultan imprescindibles—así como periódicos y revistas francesas.

La Librería Británica ofrece un extenso surtido, pero especialmente best-sellers y textos en inglés. Sus descuentos van del 10 al 20 por ciento, de acuerdo con la editorial que haya publicado el ejemplar.

Libros de Estados Unidos, altamente publicitados, ocupan el primer lugar de ventas; le siguen España, Argentina y Brasil.

La Librería Alemana cuenta con un sistema de suscripciones, muy interesante, a las bien informadas revistas germanas y gran variedad de títulos, tanto técnicos como narrativos.

En la Librería Internacional se concentra la mayor cantidad de libros importados, que abarcan todas las áreas de la cultura.

La Universidad y el libro

Con el fin de facilitar el cumplimiento de las necesidades de lectura, principalmente de los estudiantes en general, la Universidad Nacional Autónoma de México cuenta con una cadena de librerías que ofrecen descuentos de 10 por ciento en general y 20 en ediciones de la propia UNAM; para trabajadores univertarios y personal académico, la reducción es de 35 por ciento. Atendiendo a la diversidad de necesidades, su surtido cubre todas las ramas científicas.

Dentro del área cercana a la CU han proliferado también, con el fin de responder a la gran demanda que impone el medio académico: la Salvador Allende ofrece descuentos de 10 a 30 por ciento; la Altamira, de 15 a 25, además de promociones periódicas; y otras muchas especializadas en las distintas ramas de la ciencia o bien amplios surtidos que hacen interesante una visita a esta zona.

Recomendaciones

- No compre sus libros por metros lineales con el único fin de llenar su librero.
- **En ciertos libros puede resultar conveniente adquirir ediciones a la rústica. Son más baratas y el contenido es el mismo.**
- Como todo artículo, revíselo cuidadosamente antes de comprar; no se lleve sorpresas desagradables al llegar a casa.
- **Los "best sellers" no son necesariamente los que gustan más.**
- Cuando se trate de traducciones, infórmese cabalmente sobre la mejor. Existen grandes diferencias entre ellas.
- **Leer es un buen hábito. . .si ya compró el libro, utilícelo. Recuerde una sentencia que circula por allí: "es un fraude exhibir en tu librero un libro que no has leído".**

* Para averiguar editoriales y fechas, consulte a su librería favorita.

¡CONSUMMATUM EST!

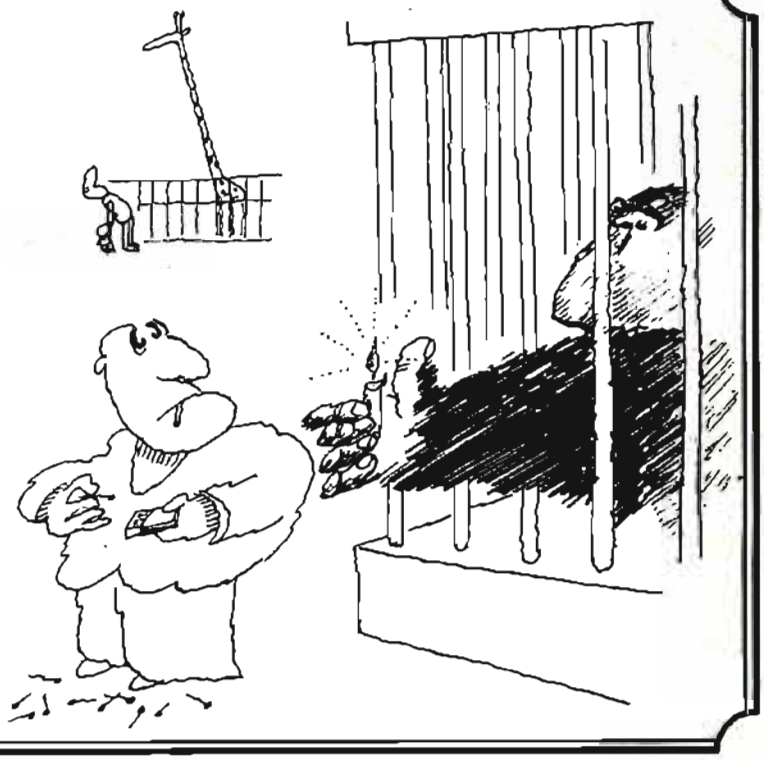
economías: CARAM - ECOMONÍAS: dzíb

encendedores vs. cerillos

Gracias a la REVISTA DEL CONSUMIDOR, se descubrió que es más práctico, cómodo y económico utilizar encendedores de gas desechables que cerillos, para no hablar de los costosos y esclavizantes encendedores recargables, que exigen que se preocupe uno por andar comprando piedras, gas, mechas o gasolina, para que, a la mera hora, nomás no prendan.

Los consumidores que fumamos –particularmente los que fumamos como chacuacos y somos candidatos a la bronquitis crónica, al enfisema o al cáncer pulmonar– estamos de plácemes, pero, como era de esperarse, este avance de la tecnología está sacando canas verdes a los fabricantes de fósforos, que estudian seriamente la manera de enfrentar la competencia.

La solución a este problema no es fácil, desde luego, pero un buen intento podría consistir en inventar los cerillos recargables, lo que abaratería terriblemente el costo de cada encendida. ¡Piénsenlo muchachos!



EXTRAÑA PARADOJA

Sí, sabemos que es una paradoja, y de lo más extraña, pero existe, y todos somos testigos de ella: el aumento a los precios de las medicinas...

COSAS DE LA GRAMATICA...

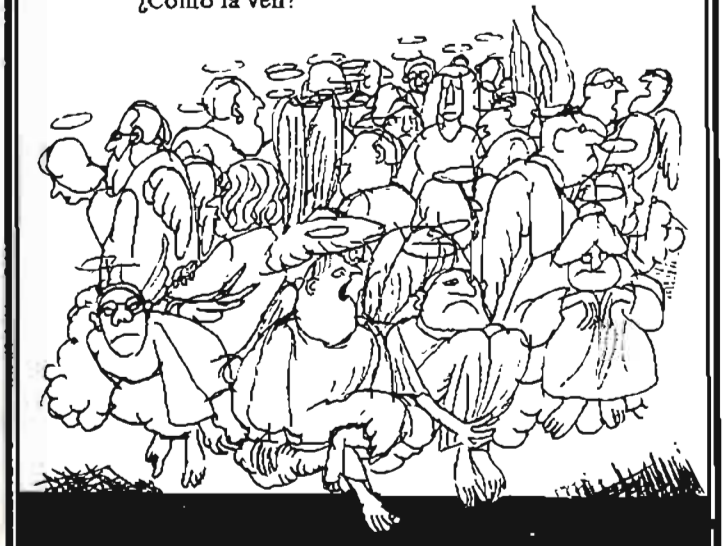
En el marco del pacto nacional denominado "Alianza para la Producción", los comerciantes no están haciendo lo suyo, sino de las suyas.

CARTA AZUCARADA

Hace días, en nuestro buzón, apareció una carta de un fabricante de azúcar, pidiéndonos su publicación, pues en su contenido trata, ¡nada menos! , que de la salvación de la humanidad. Cumplimos, pues, con esa misión apostólica. Ahí les va:

"Estoy de acuerdo en que el azúcar es dañina y no le sirve al organismo para maldita la cosa. Sin embargo, su uso es necesario para la preservación de la especie humana. ¿Qué pasaría si se suprimiera el azúcar? Intenten imaginarlo. Quebrarían, de inmediato, los ingenios y las fábricas de dulces, chocolates, galletas y otras miles que elaboran productos a base del dulce. Sin los anuncios de tantos pastelillos que no nutren, pero sí engordan, la televisión se arruinaría. Los cañeros, al no tener nada qué hacer, se sublevarían, incendiando el globo terráqueo con revoluciones. Al no poder disponer de azúcar, los intelectuales que hoy conspiran en los cafés abandonarían estos locales, sumándose a las revueltas. Finalmente, es posible que algún general aficionado a los dulces, enloquecido por la falta de golosinas, apretara el botón rojo que suelta las bombas de neutrones y ¡bam! ".

¿Cómo la ven?



UN HOMBRE Y UNA MUJER

Mi compadre Rius, quien, además de monero es filósofo y conocido de todo amante de la naturaleza, porque, además, es vegetariano, asegura que las mujeres gastan más que los hombres. Estamos totalmente de acuerdo con él.

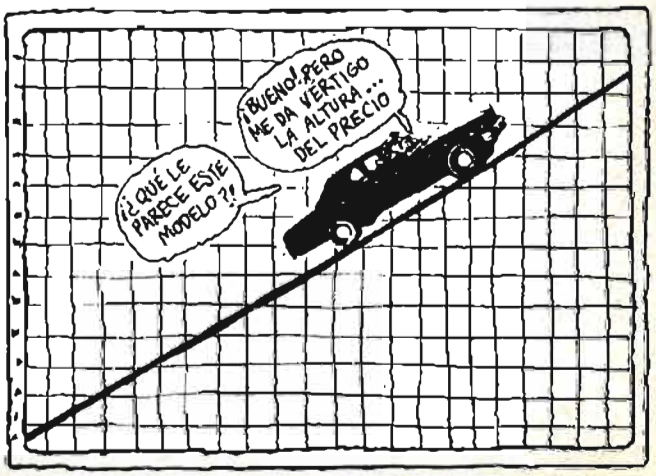
Es lógico que así ocurra, ya que el hombre gana el dinero para agradar a la mujer, que lo gasta en embellecerse para agradar al hombre. ¡Un perfecto e idiota círculo vicioso!

¡ahora que soy libre al fin!

Ya no se podía más! La producción de automóviles estaba trabada entre los precios tope y la creciente carestía de los insumos, materias primas y mano de obra. ¡Había que hacer algo! ¡Y se hizo!

Un grito de independencia y se arregló el problema. Se liberaron los precios de los coches, que subieron automáticamente hasta en un 13.7%.

Y es que la libertad tiene un precio. Siempre más caro que el anterior, por supuesto.



Los Superhombres...

No existen.
Pero la imaginación de los niños hace que así lo crean.
Muchos han resultado heridos con este tipo de juegos de "superhombre"...
A veces, ellos no entienden dónde termina el juego y dónde empieza la realidad.
No regale juguetes peligrosos, se corre el riesgo que sus hijos no los sepan comprender.

Lo importante es el juego, no el juguete.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Sector Comercio

ESTUDIO COMPARATIVO

Pañuelos Desechables

La publicidad logró hacer de los pañuelos desechables un artículo de uso constante; sin embargo, el consumidor parece no percatarse del gasto extra que éstos representan.

"Yo sin Kleenex no puedo vivir" decía un comercial de televisión, y parece que el público ha tomado muy en serio esta frase publicitaria.

En todo caso, la producción nacional de papeles sanitario y facial ha ido aumentando año tras año constituyendo uno de los artículos de más demanda en el hogar. En particular, el uso del pañuelo desechable se extiende más cada día, a pesar de estar considerado como un producto de semilujo; y el consumidor no tiene conciencia de la fuga que representa en su presupuesto familiar.

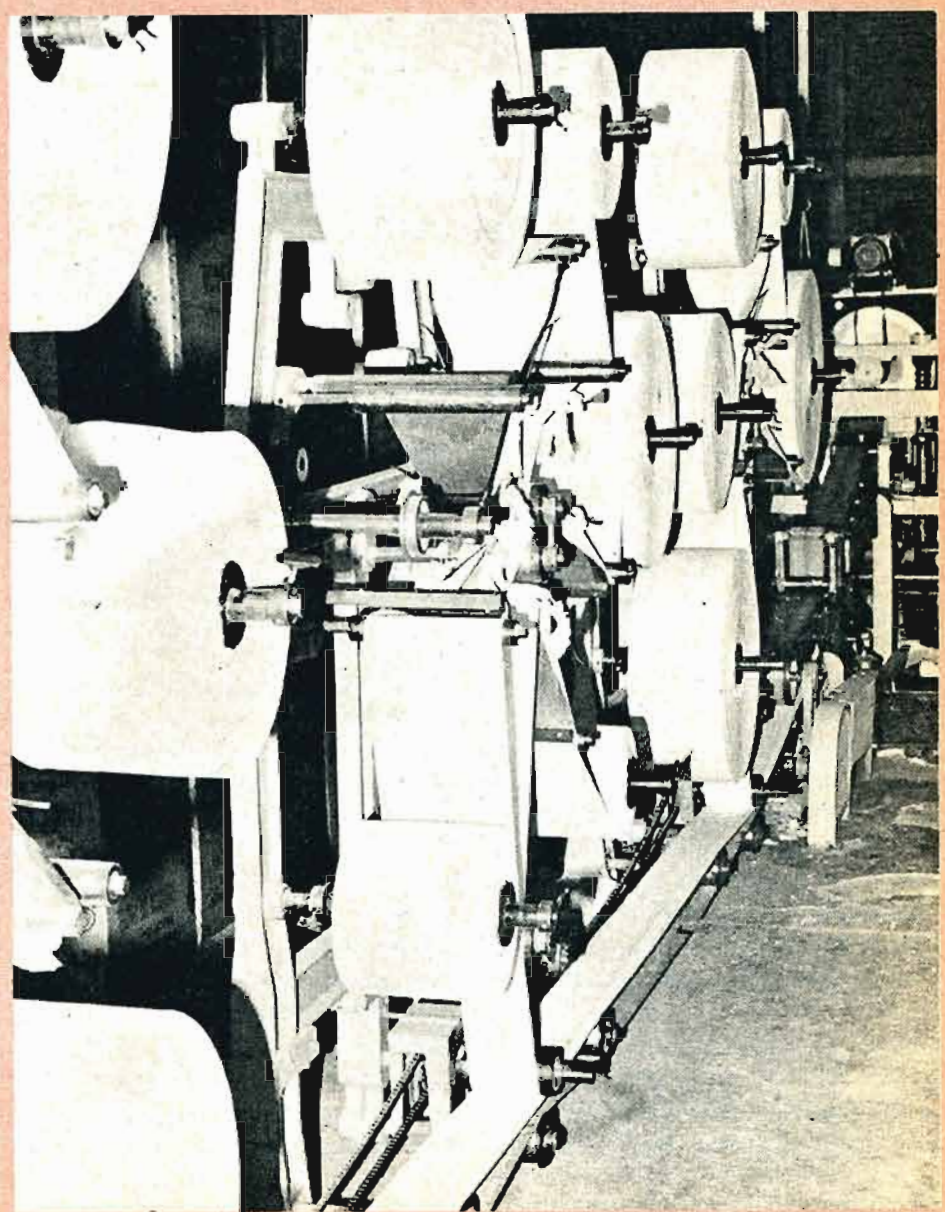
Cada pañuelo desechable cuesta diez centavos aproximadamente y el promedio de consumo en la clase baja es de dos unidades diarias; en las clases media y alta, de cuatro. El gasto es, entonces, considerable.

La primera marca comercial

Hoy existen diez diferentes marcas en el mercado mexicano, pero cuando necesitamos un pañuelo facial pedimos un "clínex"; tal fue el impacto publicitario del primero que se introdujo en el país.

En la presente investigación, llevada a cabo por técnicos del Instituto Nacional del Consumidor, se consideraron las cuatro empresas productoras que fabrican las diez marcas de pañuelos, de ellos, los de mayor consumo en general, son Kleenex y Scottis.

La compañía San Rafael y Anexas, S.A., cuenta con dos marcas: Sanix y



Para un país que no es autosuficiente en celulosa, ¿son convenientes los pañuelos desechables?

Cuadro No. 1

Cuadro comparativo general de pañuelos desechables de mayor demanda en el mercado nacional

MARCA	DELSEY	FINESS				KLEENEX								LYS	PONS		ROYAL	SANEX			SCOTTIS									
PRODUCTOR	KIMBERLY CLARK DE MEX. S.A.	FINESS DE MEXICO, S.A.				KIMBERLY CLARK DE MEXICO, S.A.								KIMBERLY CLARK DE MEX. S.A.	CIA. IND. SAN CRISTOBAL, S.A. (HERDEZ, S.A.)		FABR. DE PAPEL S. RAFAEL, S.A.	CIA. DE LAS FABR. DE PAPEL DE SAN RAFAEL Y ANEXAS, S.A.			COMPAÑIA INDUSTRIAL SAN CRISTOBAL, S.A.									
USOS	PAÑUELO	PAÑUELO FACIAL				PAÑUELO FACIAL - TODO USO								PAÑUELO	PAÑUELO FACIAL		PAÑUELO FACIAL	PAÑUELO FACIAL			PAÑUELO FACIAL									
TIPO DE HOJA	DOBLE HOJA	DOBLE — HOJA				DOBLE — HOJA					DECORADA DOBLE			DOBLE HOJA	DOBLE HOJA		DOBLE HOJA	DOBLE — HOJA			DOBLE - HOJA					DOBLE — DECORADA				
* PRESENTACIONES	CHICO	B	CH	M	F	B	CH	M	G	F	B	CH	G	MEDIANO	CH	G	MED.	CH	M	F	B	CH	M	G	F.	B	CH	CH	G	F
CONTENIDO NETO MARCADO	55	10	75	100	200	10	75	100	150	200	10	75	150	100	75	150	100	75	100	200	10	75	100	150	200	10	60	75	150	200
CONTENIDO NETO PROMEDIO COMPROBADO	56	10	73	96	191	10	73	97	146	192	10	74	142	98	73	147	99	72	97	197	10	72	98	148	195	10	59	75	146	199
PROMEDIO DE CONSUMO DIARIO PER CAPITA	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
GASTO PROMEDIO DE CONSUMO DIARIO PER CAPITA	1027	$ 45	$.18	$.21	$.18	.60	.27	.27	.21	.35	.90	.33	.30	$.27		.21	.18	.24	.21	.18	.60	.24	.24	.21	.21	.90	.30	.30	.24	.21

* B = BOLSILLO CH = CHICO M = MEDIANO G = GRANDE F = FAMILIAR

Royal. La Industrial San Cristóbal fabrica Scottis y Pons, ésta última, distribuida por la compañía Herdez. Finess de México, S.A., produce dos marcas: Finess y Seda. Y por último, Kimberly Clark de México, S.A., elabora Kleenex, Delsey, Lys y Orquídea. Estos dos van a la cabeza en ventas y producción. Les siguen en orden de importancia, la Industrial San Cristóbal, San Rafael y Finess de México. (Ver cuadro 1).

¿Cómo se fabrican los pañuelos desechables?

La materia prima de este artículo, como de todo el papel, es la celulosa, que se obtiene de madera, bagazo de caña, borra de algodón o paja de trigo. También se emplean ciertos productos químicos, de acuerdo con la clase de papel que se vaya a elaborar. La suavidad se consigue con celulosa de fibra corta (caña o paja); se añaden también colorantes.

Al estar listo el papel "crepado", se pasa a una máquina que lo convierte en grandes rollos llamados "jumbos" y de allí a las cortadoras y procesadoras que le darán las medidas al pañuelo; después a las empaquetadoras y selladoras, con lo que quedan listos para distribuirse en el mercado.

En general, el control de calidad deja mucho que desear, ya que a veces pasa por alto papeles de diferentes tonos, rotos, pegados unos con otros (hasta seis formando un solo pañuelo). Son frecuentes también las unidades que al sacarlas de la caja o paquete, se rompen.

A pesar de lo anterior, la demanda de pañuelos se incrementó vertiginosamente y los fabricantes no se dan abasto para cubrir los pedidos. Según ellos, debido a la demora en la instalación de la maquinaria necesaria que, por lo general, es importada.

¿Quién vende más pañuelos faciales?

Las mayores ventas de este producto se realizan en tiendas de autoservicio y farmacias.

Sorpresivamente, el tercer lugar lo ocupan los vendedores ambulantes que se concentran principalmente en los cruceros más transitados de la ciudad, aprovechando los altos, y en las estaciones del Metro y transportes públicos.

En orden de importancia, les siguen las tiendas de abarrotes y misceláneas, los almacenes del Issste y la Conasupo.

El tipo de clientela de cada uno de estos centros de consumo determina la venta de este producto de semilujo. (Ver cuadros 2 y 3).

¿Quién es quién en los precios de los pañuelos desechables?

Entre los grupos de tiendas estudiadas, abarrotes o misceláneas, farmacias, vendedores ambulantes, tiendas de autoservicio y almacenes paraestatales, son estos últimas los que ofrecen en general los precios más bajos, aún cuando se encuentran limitados en marcas y presentaciones. Por lo contrario, generalmente, los primeros son los que venden más caro.

Las tiendas de autoservicio conservan un nivel medio, unas veces más económicas y otras más caras.

Los vendedores ambulantes sólo ofrecen la marca Delsey (en ocasiones Seda) a un precio de tres cajas por quince pesos o dos por diez.

La marca más cara de pañuelos desechables es la Scottis, cuyo precio es de diez y seis a cuarenta y seis por ciento más elevado, de acuerdo con el canal de distribución. ¿Se justifica esta diferencia?

En pañuelos decorados —Kleenex y Scottis — estos últimos también presentan el precio más elevado; casi el diez y seis por ciento.

Por término medio, como se señaló, el costo del pañuelo es de diez centavos la pieza.

Cuadro No. 2
Preferencia de consumo por marcas de pañuelos desechables (porcentajes)

Producto	Estrato Bajo	Estrato Medio	Estrato Alto	Porcentaje Total que representan
Kleenex	67%	61%	74%	65%
Scottis	14%	25%	20%	19%
Pons	8%	6%	3%	7%
Lys	6%	2%	3%	4%
Delsey	1%	3%	—	3%
Sanix	—	3%	—	1%
Finess	3%	—	—	1%

Cuadro No. 3
Consumidores de pañuelos desechables

Estratos Socioeconómicos	No. Colonias Estudiadas	No. Encuestas Aplicadas	%
BAJO	22	220	55
MEDIO	15	148	37
ALTO	3	32	8
TOTAL	40	400	100

¿Quién consume pañuelos desechables?

Entre los usuarios de este artículo, los investigadores del INC encontraron que el noventa y siete por ciento corresponde a consumidores del estrato alto; el sesenta y cinco a la clase media y el cincuenta y seis a la baja. "Es notable, agregan los especialistas, el consumo de esta última, dada su naturaleza de semilujo".

Los que no lo usan argumentan que no es necesario porque pueden suplirlo con papel higiénico, servilletas, o bien prefieren los pañuelos de tela. Numerosos entrevistados de bajo nivel socioeconómico mencionaron que "no les alcanza el presupuesto para lo indispensable, menos para consumir artículos de lujo".

¿Qué razones inducen al uso de determinada marca de pañuelo desechable?

La principal cualidad determinante, sin distinción de clases, es la textura. En segundo lugar figura la costumbre. En tercero, el precio; en cuarto, la resistencia.

Algunos compran las novedades (pañuelos decorados o perfumados); la presentación y las ofertas también influyen en la preferencia del público. (Ver cuadros 4 y 5).

Las principales quejas del usuario

Por orden de importancia, los entrevistados manifestaron que los pañuelos se pegan y sale más de uno, lo que ocasiona molestias y desperdicio; otros dijeron que se rompen fácilmente.

En cuanto al uso destinado, la mayoría declaró que les sirve para limpiar las fosas nasales; otros usos adicionales son: limpieza del maquillaje, aseo de la cara, principalmente de los niños en vez de servilleta; como papel sanitario; para limpiar lentes, cristales, y uso general en el interior de automóviles. (Ver cuadro 6).

Enfoque y medios publicitarios

Es indudable que la publicidad de este producto ha surtido un poderoso efecto en el público.

Por radio y televisión, en anuncios de treinta segundos de duración, la marca Kleenex recalca que es una buena costumbre, para cualquier ocasión, usar su producto; y termina con el slogan "suaves, suavecitos, pañuelos Kleenex, qué buena costumbre".

Esta marca, que destaca por su publicidad, también utilizó un comercial con una imitadora, que después de emular a conocidas figuras populares termina diciendo "que por buena que sea una imitación, nunca es mejor que el original", aludiendo al hecho de que Kleenex fue la primera que se dio a conocer en el mercado.

Lo que le gustaría al público

No obstante lo grandioso que resulta para la propaganda el pañuelo desechable, el público quisiera que este producto tuviera mejores características para un uso más satisfactorio. Casi todos coincidieron en que fueran más suaves; también los desean más económicos, pues generalmente se piensa que el precio de diez centavos por una pequeña hoja de papel, es excesivo; que vinieran mejor acomodados en sus respectivos empaques, para que no saliera más de uno a la vez.

Que sean más resistentes, más gruesos; que la abertura de la caja sea más ancha para evitar que se rompan. Algunos más llegaron a sugerir que se deben controlar los precios por el gobierno, para impedir que lleguen a la exageración.

Los pañuelos son sometidos a prueba por el INC

Para empezar, en la prueba del peso, ninguna de las marcas trae el señalado en el empaque. En cuanto al número de hojas, solamente Delsey registró más pañuelos, en promedio, que los marcados en su empaque.

Con excepción del paquete de bolsillo, todas las marcas y tamaños tenían un número irregular de hojas. La marca con menor contenido neto, en promedio, fue Finess con un déficit de cuatro por ciento.

Por lo que se refiere al tamaño de las hojas, la medida promedio es de 21 x 22.5 centímetros. La que tiene el pañuelo más pequeño es Royal. La variación de dimensiones entre el mayor y menor, alcanza un quince por ciento de superficie.

Ninguna marca se escapó de tener defecto

El empaque de las marcas Kleenex, Sanix o Scottis, presentaron algunos defectos como dificultad para abrir la caja, la que se rasga por donde no debe. En ocasiones el consumidor las recibe apachurradas o en mal estado.

En varias marcas, sale más de un pañuelo a la vez; se rompen al sacarlos; vienen con rebabas; o en lugar de hojas sencillas, se cuentan pegadas hasta de seis en seis.

Entre otros defectos comunes se encuentran: pañuelos mal doblados, arrugados, con rasgaduras, orificios, etcétera.

El pañuelo ideal

Un papel facial debe ser suave y terso para no molestar la piel, tener buen grado de absorbencia y aceptable resistencia mecánica tanto en seco como con cierta humedad. Además, es importante su desintegración en agua. Tales características son contradictorias, pues si se elabora con buena resistencia, no será absorbente ni se deshará fácilmente en agua o viceversa. Los fabricantes de estos pañuelos han logrado condiciones intermedias, que dan lugar a resultados muy parecidos entre sí; sin embargo, las exigencias de un mercado competitivo propician muchas presentaciones comerciales en las que ya son notorias un número creciente de deficiencias.

Absorbencia, resistencia y servidad

Según los resultados de las pruebas realizadas, los pañuelos más absorbentes al contacto con líquidos directos, son Royal, Sanix, Finess, Seda, Kleenex y Lys; y los menos: Orquídea, Delsey, Pons y Scottis. Esta diferencia entre el primero y el último de los pañuelos es de cinco veces, aún cuando todos son de hoja doble. En general, se

Cuadro No. 4

Centros de distribución a los que más acude el consumidor de pañuelos desechables

(porcentajes)

Centros de Distribución	Estrato Bajo	Estrato Medio	Estrato Alto	Porcentaje que Representan del Total
Abarrotes o Misceláneas	9%	14%		9%
Mercados	2%			1%
Farmacias	35%	31%	10%	30%
Tiendas de Autoservicio	24%	29%	87%	35%
Conasupo	2%	7%		4%
ISSSTE	8%	9%	3%	8%
Otras Tiendas Gubernamentales	2%	3%		2%
Vendedores Ambulantes	18%	7%		11%

Cuadro No. 5

Principales motivos de elección por una marca determinada de "pañuelos desechables"

CALIDAD	9%
BAJO PRECIO	12%
TEXTURA	27%
TIPO DE HOJA	6%
PRESENTACION	4%
OTROS *	2%
RENDIMIENTO	4%
COSTUMBRE	18%
RESISTENCIA	10%
CUALQUIER MARCA	9%

Cuadro No. 6
Usos que le dan a los pañuelos desechables

Limpiar Maquillaje	14%
Limpiar Nariz	23%
Limpiar y Asear la Cara	11%
Limpiar Boca (Servilleta)	8%
Secar y Limpiar algo de improviso	9%
Como papel Sanitario	8%
Limpiar Lentes	7%
Todo Uso	6%
Limpiar Espejos, Cristales, etc.	6%
Lo traen en el coche	2%
Secar las Manos	6%

MARCA	ESTADO DEL EMPAQUE O BOLSA	DEFECTOS DE FABRICA O EMPAQUE	
		PROBLEMAS AL SACAR EL PAÑUELO	ROTURAS O DEFECTOS EN PAÑUELOS
DELSEY	BUEN ESTADO	SALE MAS DE UN PAÑUELO; SE ROMPEN AL SACARLOS. CON REBABAS DE PAPEL.	VIENEN MAL DOBLADOS Y ARRUGADOS; FALTA DE CONTROL DE CALIDAD.
FINESS	BUEN ESTADO	SALE MAS DE UN PAÑUELO; SE ATORAN, VIENEN RASGADOS Y CON REBABAS. EN ALGUNOS PAÑUELOS VIENEN 3 O 4 HOJAS EN LUGAR DE 2.	VIENEN ARRUGADOS Y MAL DOBLADOS; FALTA DE CONTROL DE CALIDAD.
KLEENEX LISO	BUEN ESTADO. ES DIFICIL ABRIR LA CAJA; SE RASGA POR DONDE NO DEBE.	SALE MAS DE UN PAÑUELO; SE ATORAN, SE ROMPEN AL SACARLOS. VIENEN RASGADOS Y CON REBABA. EN ALGUNOS PAÑUELOS VIENEN 3 O 4 HOJAS EN LUGAR DE 2. EXCEPTO EN LA PRESENTACION DE BOLSILLO.	TRAEN ROTURAS Y ORIFICIOS. VIENEN MAL DOBLADOS, PEGADOS A LA CAJA Y RASGADOS, EXCEPTO EN LA PRESENTACION DE BOLSILLO.
KLEENEX DECORADO	BUEN ESTADO. ES DIFICIL ABRIR LA CAJA; SE RASGA POR DONDE NO DEBE.	SALE MAS DE UN PAÑUELO, SE ATORAN Y ROMPEN AL SACARLOS. EN ALGUNOS PAÑUELOS VIENEN 4 HOJAS EN LUGAR DE 2. EXCEPTO EN LA PRESENTACION DE BOLSILLO.	TRAEN ROTURAS Y RASGADURAS, ORIFICIOS, CON REBABA DE PAPEL. MAL DOBLADOS, EXCEPTO EN LA PRESENTACION DE BOLSILLO.
LYS	BUEN ESTADO	SALE MAS DE UN PAÑUELO; SE ROMPEN AL SACARLOS. TRAEN 4 HOJAS EN LUGAR DE 2 POR PAÑUELO.	VIENEN PEGADOS A LA CAJA, RASGADOS, ARRUGADOS Y CON ORIFICIOS.
PONS	BUEN ESTADO	SALE MAS DE UN PAÑUELO, SE ROMPEN AL SACARLOS.	VIENEN RASGADOS, CON PERFORACIONES Y CON REBABAS DE PAPEL.
ROYAL	BUEN ESTADO	SALE MAS DE UN PAÑUELO, VIENEN 4 HOJAS EN LUGAR DE 2 POR PAÑUELO.	ARRUGADOS, CON PERFORACIONES Y RASGADOS.
SANIX	BUEN ESTADO. ES DIFICIL ABRIR LA CAJA; SE RASGA POR DONDE NO DEBE.	SALE MAS DE UN PAÑUELO; VIENEN 4 HOJAS EN LUGAR DE 2. SE ROMPEN AL SACARLOS.	TRAEN ROTURAS Y PERFORACIONES.
SCOTTIS LISO	VIENEN ALGUNAS CAJAS APACHURRADAS. ES DIFICIL ABRIR LA CAJA SE ROMPE POR DONDE NO DEBE.	SALE MAS DE UN PAÑUELO, SE ATORAN AL SACARLOS Y SE ROMPEN. VIENEN DE 4 A 6 HOJAS EN LUGAR DE 2, EXCEPTO EN LA PRESENTACION DE BOLSILLO.	VIENEN MAL DOBLADOS, RASGADOS, CON ORIFICIOS, Y PEGADOS UNOS CON OTROS, EXCEPTO EN LA PRESENTACION DE BOLSILLO.
SCOTTIS DECORADO	IGUAL	SALE MAS DE UN PAÑUELO; SE ROMPEN AL SACARLOS. VIENEN DE 4 A 6 HOJAS EN LUGAR DE 2.	VIENEN MAL DOBLADOS, CON ROTURAS, RASGADOS Y PEGADOS EN LAS ORILLAS. TRAEN ORIFICIOS Y REBABAS DE PAPEL.

observó que la absorbencia de la hoja doble es considerablemente mayor que la de la sencilla.

La resistencia al rasgado tiene importancia práctica de primer orden, pues el uso a que generalmente es sometido el pañuelo, la requiere.

Las pruebas correspondientes se efectuaron de acuerdo con las especificaciones de la Dirección General de Normas. Todos los papeles se comportaron de manera satisfactoria en su resistencia transversal, aunque no en las diferentes marcas se notó una ruptura lineal, que sería la ideal; los más alineados para romperse son los más suaves.

Por cuanto a la resistencia en sentido del laminado, no cumplieron con las normas las marcas Royal, Pons, Orquídea y Lys. En condiciones climáticas tropicales, la resistencia al desgarre en general, decrece.

Los técnicos del INC observaron que las marcas Scottis y Finess se rompen con más facilidad en el momento de extraer el pañuelo del empaque, debido a que los fabricantes no toman en cuenta los dobleces de acomodo, (el esfuerzo se ejerce en sentido transversal en esta operación). (Ver cuadro 7)

Por otra parte, Royal fue el más pesado, y también el más delgado, lo que significa que es un papel prensado y compacto.

Los más ligeros, así como gruesos y esponjosos, fueron Orquídea y Seda. Todos los demás pueden considerarse como intermedios en peso y grosor.

La suavidad de un pañuelo es una variante totalmente subjetiva; no puede medirse en forma absoluta pues implica varios conceptos a la vez. Generalmente se relaciona indistintamente la tersura o rugosidad superficial, con la penetración y flexibilidad.

Con un ingenioso sistema electrónico de principio similar al de los modernos aparatos que determinan los acabados superficiales, se pudo obtener un índice relativo, comparando los pañuelos con una tela de seda artificial a base de poliéster, por un lado, y papel de periódico común, por otro.

Todos resultaron treinta por ciento más suaves que el papel pero dos veces más ásperos que la seda. Los más suaves fueron Delsey, Lys y Royal; los más ásperos, Pons, Scottis y Finess. Los restantes tuvieron un comportamiento intermedio.

¿Dejó usted el pañuelo en la bolsa de su camisa?

Al mojarse con agua jabonosa todos los pañuelos desechables se decoloran y algunos trasmiten el tinte a otras prendas adjuntas. En este caso se encuentran los Kleenex de color azul, rosa y naranja; y los de la marca Seda de color verde.

En agua simple, solamente los de Finess de colores verde y amarillo se decoloran un poco.

Recomendaciones

A las autoridades

- Actualizar las Normas de pañuelos desechables.
- **Fijar un precio oficial máximo a estos productos.**
- Proponer una presentación paritaria, para que todos lleven los mismos datos; sobre todo, el número de hojas, y las medidas de las mismas.
- **Eliminar falsas innovaciones pues lo único que hacen es encarecer el producto.**

A los productores

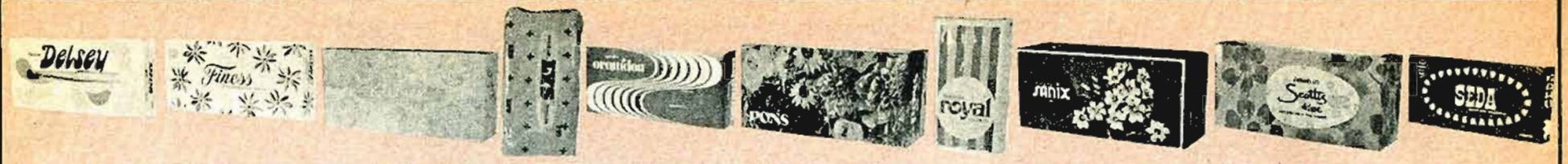
- Unificar datos de presentación.

A los consumidores

- Elija la marca, tamaño y presentación de pañuelos desechables que más convenga a sus necesidades y presupuesto.
- **Compare precios de la marca, tamaño y presentación de su elección, en diferentes centros de distribución.**
- Evite comprar falsas innovaciones, como el pañuelo decorado y perfumado.
- **Conozca diferentes marcas. Puede encontrar alguna de la misma o mejor calidad que la que usted usa pero a precio más bajo, por no pagar publicidad.**
- Si quiere ahorrar dinero, escoja las presentaciones de 200, 150 y 100 hojas, y no adquiera tamaños menores que resultan hasta 57 por ciento más caros. No le recomendamos tampoco el tamaño bolsillo, pues éste le costará hasta un 600 por ciento más.

Conclusiones

- Los pañuelos desechables son considerados como artículos de semilujo, tanto por la industria, distribuidores y consumidores, como por el aparato gubernamental.
- **Existe una clara diferencia en la calidad y textura de los diferentes pañuelos desechables debido principalmente a la materia prima de que están hechos y, en menos escala, al proceso de elaboración.**
- La textura más suave en un pañuelo es dada como argumento para un precio más elevado, pues, en principio, la materia prima (celulosa) es más cara.
- **Los precios en las tiendas de tipo paraestatal son por lo general más bajos en comparación con otros centros de distribución. Existe, sin embargo, una menor posibilidad de comparación y elección en los primeros almacenes debido a la escasa variedad de marcas y presentaciones.**
- Las presentaciones de los pañuelos desechables son: todos de hojas dobles, unos de colores lisos, otros con decoración, y algunos decorados y perfumados.
- **El precio de los pañuelos decorados es hasta un 16 por ciento más elevado.**
- El pañuelo decorado o perfumado es una falsa innovación ya que su uso es el mismo. En cambio, existe buena diferencia en su valor.
- **Generalmente se identifica a todos con la marca Kleenex, probablemente porque ésta fue la primera en surgir en el mercado.**
- Los usos del pañuelo desechable son múltiples: para limpiarse las fosas nasales, la boca, las manos, etcétera, para secar algo mojado; quitar polvo, limpiar maquillaje, y otros.
- **Las presentaciones de mayor venta son la familiar (200 hojas dobles) y la mediana (100 hojas dobles).**
- La marca más cara es Scottis.
- **El precio de cada pañuelo varía entre $0.05 y $0.30. La cifra más alta corresponde a la presentación de 10 piezas, lo que equivale a un sobreprecio de ¡600 por ciento!**
- En las presentaciones medias (55-60-75 hojas), el valor por pañuelo asciende hasta 11 centavos, contra 7 en que se promedia la unidad en los paquetes grandes. Esto equivale a un sobreprecio de 57 por ciento.
- **El gasto per cápita es de 20 a 40 centavos diarios.**
- El consumidor no tiene conciencia de la repercusión del gasto en estos productos en su presupuesto familiar.
- **El uso del pañuelo desechable se incrementa cada día.**
- Los motivos por los cuales estos productos no se consumen son: el uso de servilletas o papel higiénico en lugar del pañuelo, la preferencia por los de tela, y en el caso específico de la clase baja, que no les alcanza su presupuesto familiar para adquirirlo.
- **Los motivos de consumo y elección de alguna marca, en orden de predominio, son: textura; costumbre; bajo precio; resistencia; calidad; indiferencia; tipo de hoja; rendimiento; presentación, etc.**
- Los pañuelos por lo general se pegan y salen más de uno a la vez; en ocasiones se rompen fácilmente, y no vienen bien marcados o doblados.
- **La publicidad tiene una influencia definitiva en la elección de la marca del pañuelo.**
- No son uniformes los datos de presentación en los empaques de las marcas de pañuelos desechables. Unos traen número de hojas, otros dimensiones de largo y ancho de las hojas y otros carecen de información.
- **Todas las marcas tienen presentaciones equiparables en calidad; sin embargo, existe una variedad innecesariamente extensa cuya diferencia cualitativa es de poca cuantía comparada con la gran discrepancia de precios a que dan lugar.**



MARCA			DELSEY	FINESS	KLEENEX		LYS	ORQUIDEA	PONS	ROYAL	SANIX	SCOTTIS		SEDA
COLORACION (1)			A	A	A	B	A	A	A	A	A	A	B	A
PRECIO UNITARIO POR PAÑUELO (2) EXPRESADO EN (PESOS)	CONTENIDO INDICADO EN EL EMPAQUE	10	—	0.15	.20	.30	—	—	—	—	—	.20	.30	—
		55	$0.09	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
		60	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	.10	.08
		75	—	.06	.09	.11	—	—	.11	—	.08	08	.10	—
		100	—	.07	.09	—	.09	.08	—	.06	.07	.08		—
		150	—	—	.07	.10	—	—	.07	—	—	.07	.08	—
		200	—	.09	.05	—	—	—	—	—	.06	.07	.07	—
AREA POR HOJA (cm^2)			466	493	462 a 472		484	486	483	432	494	440 a 460		493
PESO POR METRO CUADRADO (gr)			43	40	42 a 43		41	32	41	46	40	43 a 45		35
TEXTURA (3)			SUAVE	ASPERO	MEDIO		SUAVE	MEDIO	ASPERO	SUAVE	MEDIO	ASPERO		MEDIO
ESPESOR RELATIVO POR HOJA			REGULAR	REGULAR	REGULAR		GRUESO	GRUESO	REGULAR	DELGADO	DELGADO	REGULAR		GRUESO
RESISTENCIA AL DESGARRE			BUENA	BUENA	BUENA		REGULAR	REGULAR	REGULAR	REGULAR	BUENA	BUENA		BUENA
ABSORCION (4)			MENOR	REGULAR	REGULAR		REGULAR	MENOR	MENOR	MAYOR	MAYOR	MENOR		REGULAR

(1) A = Se pueden encontrar en varios colores sin decorar
B = Se pueden encontrar decorados en varios colores

(2) Se tomó el precio promedio por paquete entre el número de hojas del contenido

(3) y (4) Se tomaron valores relativos y comparados entre sí

Deshágalo usted mismo

Un juguete ayuda a formar o a deformar la personalidad de su hijo.

Si el juguete lo hace todo por si mismo, al niño le queda poca oportunidad de jugar.

El niño tiene que participar: tocar y ver, sentir y, si es posible, armar y desarmar.

Déle a sus hijos juguetes con los que pueda crear.

Lo importante es el juego, no el juguete.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Sector Comercio

No existe droga inocente

La farmacodependencia no respeta edades ni clases sociales, aunque son los jóvenes entre 17 y 20 años los más propensos a contraer el vicio.

La droga más peligrosa es la heroína

R.C. ¿Cuándo se es un drogadicto?

Alvarez-Gayou. En primer lugar, debo aclarar que la Organización Mundial de la Salud de las Naciones Unidas, sugiere que no se empleen los términos drogadicción, toxicomanía y hábito. La palabra correcta, la que debe utilizarse, es farmacodependencia.

Un farmacodependiente, es aquella persona que experimenta cambios en su comportamiento, y a menudo reacciones que comprenden siempre un impulso irreprimible por tomar el fármaco en forma continua o periódica a fin de experimentar ciertos efectos y, a veces, para evitar el malestar producido por la privación.

R.C. ¿Cómo se empieza a ser un farmacodependiente?

Alvarez-Gayou. Para que exista farmacodependencia es necesario en primer lugar que un organismo vivo entre en contacto con un fármaco o droga. En segundo lugar, que el individuo sufra alteraciones psíquicas o físicas, y no pueda reprimir el impulso a consumir el fármaco.

Pueden existir dos tipos de motivaciones para tomar drogas. En todas las ocasiones, el fármaco se consume a fin de experimentar su efecto sobre la mente del usuario; además algunas drogas tienen que emplearse para evitar las molestias, a veces muy graves, que se presentan al dejar de tomarlas.

Un individuo puede iniciarse en el consumo de drogas por trastornos de personalidad, por satisfacer su curiosidad, por algunas tensiones emocionales o bien por la necesidad de sentir que pertenece a un grupo establecido.

R.C. ¿Qué droga, de las accesibles, considera usted como la más peligrosa?

Alvarez-Gayou. Desde luego hay que establecer en primer lugar lo que se entiende por "más" o "menos" peligrosas. Cada una de las drogas, dependiendo de sus características y de los usuarios que la consumen, representan un verdadero peligro para la salud. Sin embargo, considero que la heroína es la más dañina puesto que no sólo produce dependencia física sino también provoca daños irreparables en el organismo y representa un peligro para la sociedad por ser difícil de conseguir.

R.C. ¿Existen, como en el alcoholismo, individuos más propensos que otros a consumir drogas?

Alvarez-Gayou. Sí, claro, aunque déjeme aclararle que la farmacodependencia como fenómeno global no respeta clases sociales. De hecho, se la encuentra prácticamente en todos los estratos socioeconómicos. Sin embargo, cada clase social consume la droga que más esté relacionada con su condición económica. Así entre las clases marginadas predomina el abuso de inhalantes baratos y de fácil obtención. En las clases media y alta se observa un alto índice de consumo de mariguana, barbitúricos, anfetaminas y tranquilizantes, además de opiáceos y alucinógenos.

Por su lado, es evidente que son los jóvenes los más susceptibles de caer en el mundo de las drogas, por la etapa de desarrollo en que se encuentran. La adolescencia es un periodo en el que la formación de actitudes, expectativas y capacidad de logros están en proceso condicionado, entre otros factores, por el grupo familiar, el de amigos y el gran grupo que es la sociedad de donde provienen.

Por último, conviene señalar que la farmacodependencia constituye un fenómeno casi exclusivamente urbano.

R.C. ¿Cómo se puede salir de la droga?

Alvarez-Gayou. Existen múltiples centros donde las personas farmacodependientes pueden ser atendidas. Por de pronto, la Secretaría de Salubridad y Asistencia (Ssa), el Instituto

Juan Luis Alvarez-Gayou Jurgenson estudió la carrera de Médico Cirujano en la UNAM, donde obtuvo también un Diploma de Especialidad en Psiquiatría, en 1971. Entre otras actividades, es Miembro de la Asociación Mundial de Psiquiatría, participante en el Foro Mundial de Psicoanálisis, médico de base del Centro de Salud Mental de la UNAM (1973-74), profesor adjunto de Psicología Médica y Medicina Humanística de la Facultad de Medicina de la UNAM desde 1970. Ha dictado numerosas conferencias sobre los temas de Educación Sexual, Planificación Familiar, Motivación y Comunicación; presidente de la Sesión sobre Consejo Matrimonial y Terapia Sexual en el Congreso Mundial de Psiquiatría Social de Opatija, Yugoslavia (octubre de 1976). Ha tomado parte activa en seminarios, sesiones y congresos en Suecia, Yugoslavia, Canadá, etcétera.

Doctor Juan Alvarez-Gayou.

Mexicano del Seguro Social (Imss) y el Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado (Issste), ofrecen servicios de asistencia en casos de intoxicación aguda o crónica.

Además, el país cuenta con 30 centros de integración juvenil dedicados exclusivamente al tratamiento y rehabilitación de jóvenes farmacodependientes.

Para obtener información sobre cualquier problema relacionado con farmacodependencia puede llamarse al teléfono 550-25-48, en México, D.F., de las 8:00 a las 20:00 horas.

R.C. ¿Existe tratamiento específico para cada una de las drogas?

Alvarez-Gayou. Sí. Una explicación más detallada de los procedimientos empleados se encuentra en el libro de "Fármacos de Abuso", (México, 1976) editado por este Centro con la colaboración de la Procuraduría General de la República.

R.C. ¿Puede una persona drogarse con medicamentos?

Alvarez-Gayou. La Organización Mundial de la Salud ofrece la siguiente definición de las drogas o fármacos: "droga o fármaco es toda sustancia que, introducida al organismo vivo, puede modificar una o más de sus funciones".

Esto significa que un fármaco es una sustancia ajena al organismo. . . y al entrar en él, altera algunas de sus funciones normales.

La definición, bastante amplia por cierto, incluye a las que comúnmente se llaman drogas, que generalmente son sustancias perjudiciales para el cuerpo y la mente; así como a los medicamentos, los cuales se suelen emplear en beneficio del individuo.

R.C. ¿Qué tipo de medicamentos?

Alvarez-Gayou. Algunos psicotrópicos, como las anfetaminas, los barbitúricos y los tranquilizantes menores.

R.C. ¿Existe un equivalente de Alcohólicos Anónimos, para los drogadictos?

Alvarez-Gayou. Existen esfuerzos incipientes, un ejemplo es el grupo denominado SINANON.

R.C. El hipocondriaco, ¿es un farmacodependiente en potencia?

Alvarez-Gayou. No necesariamente.

R.C. ¿A qué edad promedio se inicia una persona en la droga?

Alvarez-Gayou. La farmacodependencia no respeta edades. Se le encuentra prácticamente en todos los grupos. Por ejemplo la inhalación de ciertas sustancias se presenta sobre todo en menores de 14 e incluso se han reportado varios casos entre los seis y siete años de edad. En el otro extremo, el consumo de alcohol, de barbitúricos y de tranquilizantes, se da principalmente, entre los adultos. Considerada globalmente, la farmacodependencia afecta al grupo de los 16 a 21 años, aunque como señalamos antes, ninguno está exento.

R.C. ¿Qué puede hacer la familia de un farmacodependiente?

Alvarez-Gayou. Ante todo, los padres de familia deben evitar ciertas reacciones negativas al descubrir que su hijo ingiere drogas. Entre estas reacciones, se encuentra la agresividad, la desesperación, la culpabilidad y la indiferencia. En particular, debe evitarse crear escándalo en torno a un joven farmacodependiente, así como llenarlo de amenazas, que sólo generan efectos desfavorables.

La actitud de padres y maestros debe ser flexible y comprensiva. Es necesario que adquieran, además, la información suficiente para poder realizar una labor educativa con la participación del joven. Más que amedrentarlo deben buscar juntos alternativas al consumo de drogas. Por último, los padres deben acompañar a sus hijos a los centros de tratamiento y rehabilitación, y compartir con ellos las acciones que se emprenden.

R.C. En términos generales, ¿es un delincuente el farmacodependiente?

Alvarez-Gayou. Como las drogas alteran el funcionamiento cerebral, pueden llevar a algunas personas a cometer actos que perjudiquen a otras. Por ejemplo, ciertos fármacos producen incoordinación de los movimientos, por lo que resulta muy peligroso que un individuo maneje bajo sus efectos. Otros pueden provocar reacciones agresivas. A esto hay que añadir el hecho de que algunas drogas son muy caras, por lo que el farmacodependiente se ve obligado a cometer actos delictivos.

R.C. ¿Cree usted que existe por parte del cuerpo médico, conciencia de que en muchos casos ellos mismo pueden estar fomentando la drogadicción?

Alvarez-Gayou. A pesar de los esfuerzos e intenciones de múltiples programas nacionales parece que en algunos aspectos se desconocen los alcances de una serie de tratamientos médicos a base de fármacos. Sin embargo, el médico por su formación profesional está consciente de estos aspectos.

R.C. ¿Cuáles son los problemas físicos de la farmacodependencia?

Alvarez-Gayou. Cuando una persona toma una droga, obviamente lo hace porque desea sentir ciertos efectos sobre su mente, o quiere evitar el malestar producido por la privación de la misma de la que depende físicamente; pero además de los ya buscados, todas las drogas producen otros indeseables. Muchos de estos fármacos, se metabolizan en el hígado y pueden hacerlo enfermar.

Las drogas que se inhalan generalmente producen molestias e irritación en la nariz, así como serios trastornos en el pulmón. Las que se inyectan pueden provocar infecciones en las venas e inclusive hepatitis cuando la jeringa no está esterilizada. Los usuarios deberían conocer a lo que se exponen al tomarlas muchas veces los efectos indeseables son más fuertes que los resultados esperados.

R.C. En su opinión, ¿qué problemas psíquicos producen las drogas?

Alvarez-Gayou. Todas las drogas de abuso actúan directamente sobre las células del cerebro. De esta forma, se ven expuestas a una sustancia no natural, es decir, a una materia a la cual el cerebro no está acostumbrado. . . es por ello que las drogas dañan las funciones mentales del individuo.

Por supuesto que el efecto depende del fármaco que se tome, de la persona y del ambiente en que el consumo tenga lugar. Esto hace que los peligros sean mayores, pues el sujeto no puede saber exactamente cuáles serán sus reacciones al tomarla; ya que puede producir cierto efecto en una persona y uno distinto en otra.

Incluso los efectos pueden variar en un mismo usuario según el lugar donde se consuma, las personas que lo rodeen, su estado de ánimo, etc.

Todas las disputas sobre si una droga produce bienestar o malestar se deben precisamente a la gran diversidad de los efectos. Pero lo que está fuera de discusión es que son sustancias artificiales y que el cerebro no ésta hecho para vivir con ellas. Toda persona tiene derecho a buscar las sensaciones que desee. Pero también debería saber qué es exactamente lo que quiere sentir y las drogas no lo permiten. Además, debe conocer los peligros a los que se expone. Quizás sea mejor buscar las sensaciones que podemos percibir de una forma natural, sin forzar artificialmente nuestro cerebro a realizar cosas para las que no fue hecho. Sin duda esto sería más seguro y más placentero. Es preferible tratar de desarrollar las capacidades naturales, que obligar a nuestro cuerpo a depender de algo artificial.

ACUERDOS OFICIALES

Instructivo para uso de aparatos eléctricos.

El viernes primero de julio del presente año apareció publicado en el Diario Oficial de la Federación, un Acuerdo por medio del cual los fabricantes quedan obligados a incluir instructivos en todos los aparatos eléctricos.

La Secretaría de Comercio promovió dicho Acuerdo para el mejor aprovechamiento y seguridad de los consumidores.

Frecuentemente, señala la disposición, el usario no tiene informaeión amplia sobre el uso y manejo de los aparatos que compra, por falta de instructivos. De ahí la necesidad de establecer el presente ordenamiento.

Según el documento publicado, las instrucciones de uso y aprovechamiento deberán acompañarse a los aparatos sin cargo extra para el consumidor. En dichos instructivos se especificará cómo utilizar, conservar, operar y dotar de energía a los aparatos eléctricos en general. La disposición es obligatoria para todos los fabricantes nacionales y aquellos importadores o empacadores de aparatos eléctricos o maquinaria.

Se especifica en el documento que para el caso de aparatos eléctricos peligrosos las advertencias deberán ser colocadas en forma notoria mediante calcomanías, etiquetas o leyendas adheridas permanentemente en el mismo aparato, salvo cuando su tamaño o alguna característica especial no permita que se peguen; en estos casos se adjuntarán las indicaciones en algún tipo de folleto o en los empaques que acompaña la mercancía.

Son productos peligrosos por su diseño:

- Aquellos cuyo fin es el de provocar una descarga eléctrica.
- Aquellos cuya función es la de alcanzar una temperatura superior a 60°C en partes accesibles.
- Los que contengan piezas punzocortantes en partes también accesibles.

Son productos peligrosos por uso:

- Aquellos que transmitan una energía tal que pueda afectar la salud o integridad de las personas o la seguridad de sus bienes.
- Los que emitan radiación.
- Los que contienen corrosivos o producen substancias tóxicas.
- Los que tienen partes cuyo movimiento pueda ocasionar lesiones o daños materiales.
- Los que puedan provocar implosión o explosión.
- Los que no estando diseñados para ello puedan alcanzar temperaturas mayores de 66°C en partes accesibles.

Menciona también la ordenanza que aunque los productos eléctricos no sean peligrosos en los términos anteriormente citados deberán acompañar al aparato, las indicaciones pertinentes para una correcta instalación; y, de ser necesario, que ésta sea efectuada por una persona con los conocimientos técnicos suficientes.

Por lo que se refiere a refacciones de artículos eléctricos o productos que se expenden a granel, se especifica en el Acuerdo que aunque no requieran de instructivo deberán llevar las advertencias debidas cuando se trate de productos, en alguna medida, que denoten una cierta peligrosidad.

Parto Psicoprofiláctico.

El principal propósito del parto psicoprofiláctico es la participación consciente de la madre en el nacimiento de su hijo

Para toda persona del sexo femenino hay un momento de su vida que es culminante: la maternidad.

Por lo mismo, una futura mamá sabe que no habrá alegría comparable a la de dar a luz.

Sin embargo, durante los meses del embarazo junto con el entusiasmo llegan miedos nunca antes conocidos. Temores de toda naturaleza asaltan a la futura madre; su imaginación la lleva a preguntarse si el niño nacerá sano o deforme, si tendrá un parto feliz o desdichado. Pero, sobre todo, si podrá soportar los dolores que supone provocará el alumbramiento.

Este proceso se hace más intenso conforme se acerca el día crucial. Para colmo de males, en conversaciones con sus amigas y el resto de las mujeres de la familia, la embarazada ve confirmadas sus dudas porque casi todas le contarán historias terribles de partos dolorosos y aún trágicos.

Todo esto carece de sentido. En rigor, los temores no se presentarían si la mujer tuviese una adecuada educación sexual, si conociese en detalle su aparato reproductor así como las modificaciones fisiológicas que provoca el embarazo. Además, su ignorancia sobre el trabajo de parto y las posibles formas en que puede hacerlo más fácil y feliz, contribuyen a acentuar sus miedos.

Por eso no es casual que en muchos países (y, desgraciadamente, México está entre ellos) todavía sea común referirse a una mujer que acaba de dar a luz diciendo que se "alivió", como si el hecho de estar embarazada fuera una enfermedad. Las instalaciones de las salas de parto (a veces frías y hasta sórdidas) y la aplicación mecánica de anestesia total parecen apoyar esa idea.

Dos fórmulas para un parto feliz

En un esfuerzo por encontrar atenuantes naturales a los temores y dolores que toda parturienta ha experimentado, el médico inglés Grantly Read llegó a la conclusión hacia 1940, que la ignorancia femenina sobre sus funciones reproductoras así como las historias (difundidas en novelas y películas) donde se hace hincapié en el momento de solemne dramatismo que significa el parto, jugaban un papel nocivo en cualquier alumbramiento.

Del gran temor a saberse embarazada —agregó el facultativo— nace una enorme tensión en el sistema neuromuscular y en el cuello del útero que, a su vez, provoca la aparición del dolor. Este aumenta el pavor lo que eleva la tensión y crea dolores más fuertes. Así se constituye —dijo Read— un círculo vicioso; temor—tensión—dolor

que, en algunos casos, llega a perturbar el curso fisiológico del parto, además de que a veces conduce a problemas obstétricos de gravedad.

No sólo eso. Según este sabio inglés, es por escapar del temor —más que del dolor— que la mujer exige anestesia en el momento de parir.

"Es la posibilidad del más, que la existencia real del dolor mismo lo que atemoriza y excita a la parturienta" argumentó Read.

En consecuencia, para el médico inglés, lo anterior puede y debe evitarse con una educación especial que ayude a relajarse y, se neutralice el miedo.

Más o menos en la misma época en que se realizaban estos estudios, y a partir de los descubrimientos del fisiólogo ruso Iván Pavlov acerca del dolor en general y los reflejos condicionados, los obstetras soviéticos Nicolaiev y Velvosky lograron establecer un vínculo condicionado o asociación previa entre la idea del parto y el dolor.

Según ellos, a través de sucesivas generaciones la mujer es educada en la idea de que el parto es inevitablemente doloroso y que la mayor penuria es el alumbramiento de sus hijos.

Todavía es muy común decir de una mujer que se "alivió" cuando acaba de dar a luz, como si el hecho de estar embarazada fuera una enfermedad.

Esta predisposición mental a pensar que el nacimiento debe acompañarse de sufrimiento influye de tal manera, que al iniciarse las contracciones normales del útero, la mujer interpreta las sensaciones como si fueran dolores. De esta forma, el temor y la aprensión actúan desfavorablemente puesto que, al debilitarse las defensas psíquicas de la parturienta, impiden que ésta discrimine sobre el verdadero carácter de las sensaciones provocadas por las contracciones.

En base a estas conclusiones, los especialistas soviéticos elaboraron un método al que dieron el nombre de psicoprofiláctico y que básicamente actúa combatiendo el reflejo que vincula al dolor con el parto, sustituyéndolo por otro que asocia al alumbramiento con una idea feliz. Establecieron, también, un tercero que hace participar activamente a la futura madre en el control de las contracciones.

Tanto el método inglés como el soviético apuntan a un mismo objetivo: la participación consciente de la madre en el nacimiento de sus hijos. En primer lugar, porque así se realiza un acto acorde con la naturaleza de la maternidad y, en segundo término, porque a la larga una madre que actúa directamente en el alumbramiento de sus hijos se piensa, tendrá mejor relación con éstos durante su crecimiento.

Aunque el sistema Read busca suprimir el temor y el de Nicolaiev Velvosky eliminarlo mediante el condicionamiento para un nacimiento feliz, en la actualidad se practica una combinación de ambos. El indistintamente llamado "parto sin dolor" o "parte psicoprofiláctico".

Educación de la embarazada

Para todas las técnicas que no utilizan medios artificiales de anestesia sino que ponen en juego las fuerzas naturales de la madre, es fundamental la educación de ésta durante el embarazo a fin de prepararla para que esté completamente consciente desde el principio al fin del parto.

Con diferencias de matices que en nada alteran la esencia del método, existen cuatro reglas básicas para llegar al parto psicoprofiláctico:

- Combatir el temor y la ignorancia por medio de una elemental enseñanza de la anatomía y fisiología del aparato reproductor, del embarazo y del mecanismo del parto. Es necesario, en este caso, que la futura madre sepa que el dolor es evitable y no forzoso.
- Lograr, en base a una gimnasia especial, el reforzamiento de ciertos grupos musculares que han permanecido inactivos y mal dispuestos para el esfuerzo natal. También se busca dar mayor flexibilidad a tejidos y articulaciones involucrados en el canal de parto, así como dotar a la embarazada de mayor seguridad psicológica y confianza física para realizar un alumbramiento adecuado y eficaz.
- Enseñar la relajación muscular y la gimnasia respiratoria, dos factores primordiales para un acto de esta naturaleza.
- Apoyar a la paciente cuando esté dando a luz, guiándola para poner en práctica las enseñanzas recibidas.

Debe aclararse que el procedimiento no significa la exclusión absoluta de la analgesia o anestesia, que en todo momento están al alcance de la parturienta, pero que no le son administradas más que cuando hay indicaciones precisas para su empleo.

No menos importante es señalar que el parto psicoprofiláctico no promete una supresión absoluta del dolor, aunque sí lo disminuye en grados variables haciéndolo tolerable y, por lo mismo, controlable. Tampoco tiene vinculación alguna con el hipnotismo. Simplemente se trata de un entrenamiento para el nacimiento de un hijo; una prueba que exigirá a la mujer concentración, serenidad y esfuerzo. A cambio, le ofrece la posibilidad de gozar al máximo la alegría de parir.

El método en México

Actualmente existen en México muchos doctores y numerosas clínicas que ofrecen el servicio de partos sin dolor o psicoprofilácticos. No todos, empero, brindan las enseñanzas previas necesarias. En cambio, hay organizaciones que sólo dan cursos preparatorios conforme a los lineamientos generales ya mencionados.

Los cursos, por lo general, comienzan durante el quinto mes del embarazo y se prolongan durante todas las semanas previas a éste. Si bien en algunos lugares se da sólo una clase por semana, lo habitual es que sean dos. En ambos casos, la duración de cada una es de hora y media y la componen ocho o diez embarazadas. El criterio para la formación de los grupos está orientado por los antecedentes de las futuras mamás, si ya han tenido niños ingresarán a un grupo formado por mujeres en su misma situación; si se trata de primerizas, se las integrará con otras primíparas.

Como es sabido, la participación del esposo se considera fundamental para un buen desarrollo del método psicoprofiláctico. Por eso, se le recomienda que durante las primeras tres semanas del curso asista a conferencias impartidas especialmente para las parejas.

Luego de este periodo, en algunos casos se efectúan conferencias complementarias (cada quince días) en instalaciones del Centro Médico.

Los cursos preparatorios para el parto psicoprofiláctico cuestan un promedio de dos mil quinientos pesos. Además hay que desembolsar los honorarios del especialista que acompañará a la parturienta durante el alumbramiento.

Los costos de los cursos son variados y, desde luego, dependen de las ventajas (en cuanto a ubicación, cantidad de grupos, diversidad de honorarios, etc.) que ofrezca cada institución, influyen también en el valor total a pagar, las comodidades que se brinden a las embarazadas y la calidad profesional de las instructoras que dictan los cursos. Asimismo, aunque en un plano secundario, se da importancia a los conferencistas y la organización de estos ciclos que en ocasiones se limitan a charlas dictadas por varios expertos, complementadas con la proyección de transparencias ejemplificadoras y, en los casos más sofisticados, con películas científicas de alto valor didáctico.

Ello explica que en la actualidad hayan cursos de un mil seiscientos a cuatro mil pesos de costo. Aunque existe un promedio que sitúa a la mayoría de las clínicas y organizaciones especializadas alrededor de los dos mil quinientos pesos. En todos los casos, las clases deben ser pagadas por adelantando, si bien se ofrece un periodo inicial gratuito (en el que tienen que participar la embarazada y su esposo) y en el cual se informa a la pareja de la importancia del método, sus características y su desarrollo.

En caso de que la mujer y el hombre decidan continuar con las charlas y conferencias, entonces deberán abonar la suma estipulada. El único gasto extra que se presentará luego, es el de la especialista que acompañará a la parturienta durante el alumbramiento. Sus costos oscilan de los mil a los dos mil pesos. La presencia de esta asistente es indispensable porque, junto con el médico y sus auxiliares, guía la participación de la mujer en el trabajo de parto.

Por lo demás, no existen requisitos que cumplir para ingresar a estas clases. Sólo, y ello es obvio, se pide que el médico que vaya a efectuar el parto lo practique según los principios psicoprofilácticos. En ningún caso exige que el doctor pertenezca al plantel de la institución donde toma el curso.

Parto Psicoprofiláctico

El doctor Ricardo M. Uriarte, director del Hospital Metropolitano de esta capital responde: "El método psicoprofiláctico, mal llamado también parto sin dolor, no es un alumbramiento indoloro; es un sistema de educación y adaptación a la maternidad que asume al parto como un hecho natural. Es también una forma de integración familiar puesto que el padre también colabora con la madre y le da su apoyo durante el alumbramiento".

"Es importante aclarar que no todas las mujeres pueden practicar este sistema. En algunos casos el método puede fallar y a la hora del parto hay que aplicar un bloqueo, un analgésico o hacer una cesárea. Pero aún en estos casos, el método tampoco fue negativo: la mujer a pesar de todo, conoció un sistema de adaptación con el niño; algo sobre educación a la maternidad e integración familiar".

¿Están todos los médicos de acuerdo con el parto psicoprofiláctico?

"No, porque el médico tiene que estar pendiente totalmente de la paciente, a fin de darle confianza. Y en caso de surgir anomalías debe actuar de acuerdo con la naturaleza hasta el último momento.

En un nacimiento natural no se puede apresurar ni a la madre ni al hijo. Para esto se requiere más tiempo; más molestias y más trabajo. Muchos facultativos no están de acuerdo con el parto psicoprofiláctico: unos porque desconocen el método y otros porque no lo pueden adaptar a sus horarios".

¿Es el médico quien indica a la paciente en qué lugar debe tomar el curso del método psicoprofiláctico?

"Sí. La mayoría de los médicos recomiendan varios lugares en donde pueden recibir estos cursos de acuerdo con la técnica del lugar. Creo, sin embargo, que es muy importante —se haga donde sea el curso— que la instructora sea la misma que atendió a la paciente durante la gestación puesto que le inspirará más confianza. La madre llega a tener cierta dependencia respecto a esta profesional y se conocen mejor.

Libros publicados sobre el método psicoprofiláctico que se pueden encontrar en las librerías de México (en idioma español)

"Parto sin Dolor"
Autor: Dr. Fernando Lamaze (iniciador del método psicoprofiláctico en el mundo occidental). Francés

"Parto sin Dolor, Método Psicoprofiláctico"
Autor: Dr. Pierre Vellay (continuador del Dr. Lamaze). Francés

"Parto Psicoprofiláctico"
Autor: Dra. Erna Wright (el prólogo de este libro es del Dr. Guillermo Santibáñez, uno de los pioneros del método psicoprofiláctico en México). Estadunidense

"Parto sin Temor"
Autor: Dr. Dick F. Read. (Estadunidense)

"Parto sin Temor y Parto sin Dolor"
Autor: Dr. Ricardo Gavensky (argentino)

Esquema de las clases

En líneas generales, el esquema de enseñanza para partos psicoprofilácticos suele dividirse en ocho etapas que se cumplen en número variado de clases. Este depende de la técnica y criterio de cada institución.

Primera etapa

Conceptos generales de la preparación para el parto.

Relación del dolor con el parto.

Importancia del trabajo de la mujer.

Relación entre el dolor físico, el temor y la tensión muscular.

Segunda etapa

Práctica

Ejercicios respiratorios en posición acostada.

Métodos de relajación. Teoría.

Teoría

o Conceptos de anatomía y fisiología de los órganos reproductivos (menstruación, fecundación, nidación, herencia).

Tercera etapa

Ejercicios:

o Balanceo de la pelvis en posición acostada.

o Reforzamiento de la musculatura abdominal.

Teoría

Continuación de enseñanzas sobre fisiología. Advertencia y vigilancia de las contracciones uterinas en el embarazo. Sensación de endurecimiento no doloroso.

Cuarta etapa

Práctica

Ejercicios:

- Perineal
- Pujar

Teoría

- Forma de controlar las contracciones mediante la respiración y la relajación.

Quinta etapa

Práctica

- Ejercicios en posición sentada:

—Posición estilo "indio" y ejercicios derivados

—Balanceo de la pelvis sobre las cuatro extremidades.

- Relajación y ejercicios respiratorios.

Teoría

- Cuidados prenatales.
- Síntomas de caracteres del embarazo.
- Nociones sobre hábitos alimenticios.

Sexta etapa

Práctica

- Ejercicios en posición parada:

—Balanceo de la pelvis

—Posición de cuclillas

—Corrección de la postura.

- Pujar
- Relajación y ejercicios respiratorios.

Teoría

- Fisiología del parto.

Séptima etapa

Práctica

- Relajación y ejercicios respiratorios.
- Pujar

Teoría

- Sensaciones y apoyo durante el parto.

Octava etapa

- Repaso, formulación de preguntas, promoción de discusiones, corrección de errores acerca del parto.
- En lo posible, las últimas clases son dadas en una fecha muy próxima al parto.

Algunos lugares donde se imparten cursos para partos psicoprofilácticos.

- **Hospital Dalinde**
  Tuxpan 25
  Tel.— 574-44-44
  Precio total por curso:
  $1,600.00.
  Lugar: Departamento de Psicoprofilaxis.
  Empiezan: Tercer mes de embarazo.
  Terminan: Noveno mes.
- **Hospital de México**
  Agrarismo 208
  México 18, D. F.
  Tel.— 516-99-00
  Lugar: Departamento de Psicoprofilaxis.
  Precio total por curso:
  $2,000.00.
  Empiezan: Entre el cuarto y quinto mes.
  Terminan: Noveno mes.
  Incluyen ejercicios y conferencias para los futuros padres y cuatro clases extras después del parto.
- **Hospital Mocel**
  Gelati 29
  México 18, D. F.
  Tel.— 545-33-54
  Lugar: Departamento de Psicoprofilaxis.
  Precio total por curso:
  $1,700.00.
  Empiezan: Entre el cuarto y quinto mes.
  Incluyen ejercicios y conferencias para la madre y el padre.
- **Sanatorio Español**
  Av. Ejército Nacional 613
  México 5, D. F.
  Tel.— 531-33-00
  Lugar: Policlínica del mismo sanatorio.
  Precio total por curso:
  $1,800.00.
  Empiezan: Desde los cinco meses hasta el día del parto.

Caperucita Rota

Los niños rompen cosas, pero algunos juguetes se rompen casi solos.

No regale una desilusión.

Un juguete no debe romperse sólo porque un niño juegue con él.

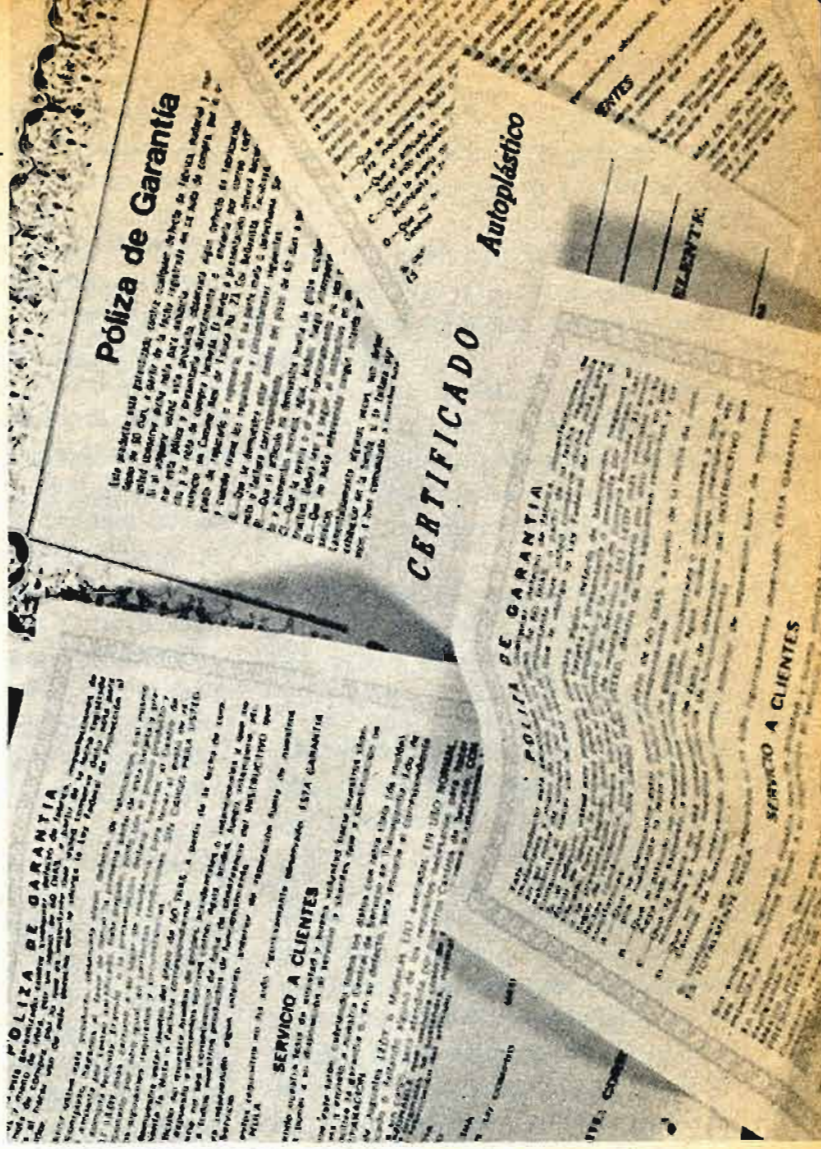
Recuerde que todo juguete tiene garantía, aunque no esté por escrito.

Lo importante es el juego, no el juguete.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

¡Garantizado!

Todos los productos tienen garantía, aun cuando no exista esa indicación por escrito



La póliza debe indicar en qué consiste la garantía y cómo hacerla efectiva

Sólo en juguetes, se calcula que los mexicanos gastamos 2 mil 500 millones de pesos en la temporada navideña pasada.

Si a éstos sumamos los millones de regalos intercambiados, podremos darnos cuenta de la enorme cantidad de artículos que se adquirieron durante ese lapso.

Sin embargo, no todos presentaron las características de perfección y calidad debidas. Muchos de ellos evidenciaron defectos que, a menudo, impidieron su uso pleno y funcionamiento adecuado.

Por esa razón, la REVISTA DEL CONSUMIDOR se entrevistó con la licenciada Reina María de Allende, colaboradora de la Subdirección Técnica del Instituto Nacional del Consumidor (INC), para plantearle una serie de preguntas, cuyas respuestas orienten al público en todo lo referente a "garantías" y desperfectos de artículos y servicios adquiridos.

PREGUNTA: ¿Existe alguna obligación, de parte del fabricante o del vendedor, de garantizar los productos o servicios que se adquieren?

RESPUESTA: En general, puede decirse que cualquier artículo o servicio que el consumidor encuentre en el mercado, que se ofrece por el vendedor o el fabricante y sobre el que se fije un precio cierto y en dinero, tiene garantía.

Asimismo—agrega—"la Ley Federal de Protección al Consumidor establece que, cuando el fabricante o prestador de servicios emplee las leyendas "garantía", "garantizado", etc., debe también indicar, por escrito, en qué consiste dicha garantía, y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva.

PREGUNTA: ¿En qué consiste la garantía que establece la Ley Federal de Protección al Consumidor?

RESPUESTA: En el derecho que tiene el comprador a solicitar la rescisión del contrato celebrado o la reducción del precio cuando la cosa objeto del contrato tenga defectos o vicios ocultos, que no permitan que el producto funcione de acuerdo a los usos a los que habitualmente debiera destinarse, o que disminuyan su calidad o posibilidad de uso, de modo que si el comprador hubiera tenido conocimiento de esta situación, no lo hubiera adquirido, o no hubiera pagado la cantidad de dinero que realmente entregó. Ahora bien, existe la posibilidad de solicitar la reparación gratuita del bien, la reposición, o la devolución del dinero pagado (en ese orden), en los siguientes casos:

a) Cuando los productos sujetos a normas de cumplimiento obligatorio no cumplan con las especificaciones correspondientes;

b) Cuando los elementos o sustancias que constituyen o integran un producto, no correspondan a las especificaciones declaradas;

c) cuando la ley de los metales de los artículos de joyería u orfebrería, sea inferior a la que en ellos se indique;

d) cuando el producto adquirido con determinada garantía, mostrara, en condiciones normales de uso, deficiencias;

e) cuando el artículo no sea apto para el uso para el cual está intrínsecamente destinado, en atención a sus deficiencias de fabricación, elaboración, condiciones sanitarias, estructura o calidad;

f) cuando el consumidor y el proveedor hubieran convenido en que el producto reuniera determinadas especificaciones, y éstas no se cumplieran.

PREGUNTA: Según la Ley Federal de Protección al Consumidor ¿por cuánto tiempo debe garantizarse un producto o servicio?

RESPUESTA: Cuando se trata de la rescisión del contrato o de la reducción del precio del artículo por vicios ocultos que imposibilitan la utilización del bien, *la Ley señala un término de 6 meses* a partir de la entrega del producto, salvo que la legislación común indique un plazo mayor. En el caso de la reparación gratuita, la reposición o la devolución del dinero, la Ley establece un término de 2 meses; siempre y cuando no se hubiere alterado substancialmente por descuido o mal trato. Si el artículo está garantizado por un plazo mayor, se respetará este último.

PREGUNTA: ¿Por qué la Ley Federal de Protección al Consumidor otorga sólo 2 meses de garantía, si algunos fabricantes dan 6 meses y hasta un año?

RESPUESTA: La Ley consigna únicamente un lapso mínimo de garantía, obligatoria, pero deja en libertad al fabricante para otorgar una garantía a término mayor, según la complejidad del artículo o servicio, y la confianza que el fabricante o el prestador de servicios tengan en él.

PREGUNTA: ¿Tienen algo que ver las garantías con las mercancías llamadas de segunda mano, es decir, las usadas o reconstruidas?

RESPUESTA: La Ley Federal de Protección al Consumidor obliga a que, cuando se ofrezcan al público productos con algún deterioro, usados o reconstruidos, se haga constar en los propios artículos, envolturas, notas de remisión o facturas correspondientes; de manera que no quede lugar a dudas sobre la naturaleza del bien que se está adquiriendo.

La intención de la Ley —añade Reina María de Allende— "es hacer que el consumidor cobre conciencia de que, muy probablemente, la duración del artículo que se está adquiriendo, será, tal vez, menor a la de uno nuevo". Esto, es de esperarse que, obviamente, irá acompañado por una reducción del precio.

PREGUNTA En caso de que hubiera un desperfecto en el artículo, ¿Ante quién debe hacerse la reclamación y en qué términos?

RESPUESTA: Se recomienda, primeramente, que el consumidor acuda al vendedor, prestador de servicios o fabricante, según sea el caso, presentando su reclamación en la forma más serena y cortés posible, firmemente pero sin agresividad. Seguramente, ellos desearán conservar al cliente, y por lo mismo, lo escucharán y atenderán con justicia.

PREGUNTA: ¿Y si se niegan?

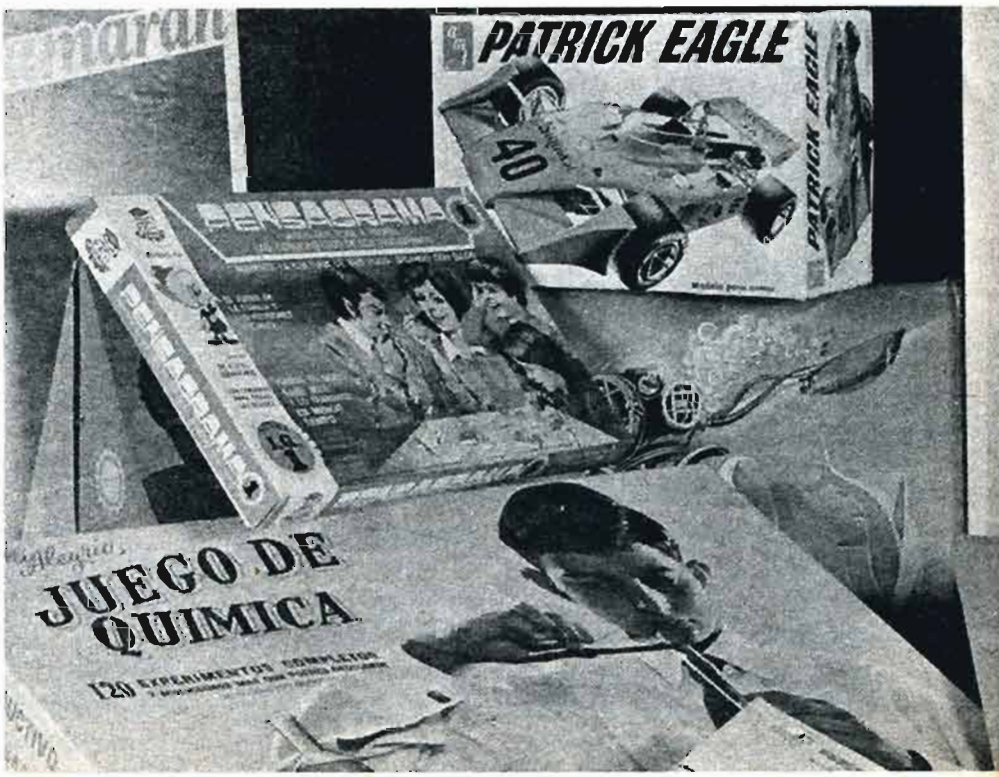
RESPUESTA: En ese caso le sugerimos que acuda a la Procuraduría Federal del Consumidor (Doctor Carmona y Valle No. 5, esquina con Doctor Río de la Loza, en la colonia de los Doctores, donde, acreditando la relación de compra o de solicitud de prestación del servicio en cuestión, se le atenderá debidamente iniciándose un proceso preliminar de conciliación entre las partes.

RECOMENDACIONES AL CONSUMIDOR

—Recuerde que un buen número de los productos que usted compró en la pasada temporada navideña, aun cuando no ostenten garantía por escrito, están protegidos con la garantía mínima de dos meses que otorga la Ley Federal de Protección al Consumidor; y que es muy importante el buen trato y el correcto uso que se haga de ellos, para poder conservar esa garantía.

—No olvide que, para poder iniciar cualquier reclamación, es necesario conservar siempre la factura o nota de compra.

¡Exíjala y guárdela!



En la caja debe aparecer la dirección del fabricante

El Seguro de Vida

Muchas son las personas que adquieren una póliza, cubren algunos pagos y renuncian luego a sus beneficios, perdiendo toda la inversión.

Según datos de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros, el número de asegurados en operaciones individuales *de vida* ascendía en 1976 a más de un millón.

Pero caben las preguntas: ¿Es suficiente la conciencia existente en México acerca de la necesidad y las funciones que el seguro de vida satisface y cumple?

¿Han contratado las personas aseguradas el tipo de seguro más adecuado, tomando en cuenta sus edades, ingresos, gastos, número de familiares?

Y aún más: quienes han comprado un seguro de vida ¿consiguieron el mejor medio para brindar protección económica a su esposa e hijos?

Problemas de conciencia

Son evidentes los peligros que encierra el desconocer la importancia de proteger una familia: el que una mujer se vea de la noche a la mañana en la angustiosa situación de tener que afrontar su propio sostenimiento y, muchas veces, el de varios hijos aún incapacitados para trabajar.

Hay desde luego personas que, poseedoras de una gran iniciativa y espíritu emprendedor, han logrado salir "adelante", como algunos acostumbramos decir, montando pequeños talleres de costura, tejiendo, o elaborando muñecos, por citar un ejemplo.

Pero, aparte de que este tipo de soluciones son cada día más difíciles, el emprender cualquier negocio requiere, en nuestros días, de un determinado capital.

Cierto, la mujer moderna, efectivamente, está más preparada hoy en día para trabajar, pero también hay que advertir que la fuente de ingresos de una familia media, requiere ahora del trabajo de los dos componentes de la pareja; y que, faltando uno de ellos, posiblemente no se contará con los recursos necesarios para un buen sostenimiento.

Estas observaciones, aunque evidentes, como decimos más arriba, no son sin embargo, dignas de un "por sabido se calla". Por desgracia, abundan los casos tristes de hombres que no pudieron hacer su carrera profesional; de niños que tienen que vivir en casas ajenas; de madres e hijos obligados a sufrir penurias y humillaciones, porque el padre de familia había decidido ante todo, "pagar el enganche del carro nuevo", "cambiar las cortinas de su casa", "realizar el sueño de su vida, viajando a Europa", o lo que es más común; no pensar en algo tan desagradable como es el final de la vida que a todos nos espera.

Mas hay otro tipo de inconciencia

Muchas veces se hace frente a la realidad y se toman medidas que sólo en apariencia son pertinentes, y el amparo que se piensa dejar a la familia no es el más adecuado.

ı de seguro)	índice base	part.
IDA		O

	sumas aseguradas iniciales	primas anuales inicial
	$ 300,000 M.N.	$ 5,411.00
L	$ 300,000 M.N.	$ 750.00

el asegurado pagará

$ 6,161.00 M.N. ANUALMENTE DURANTE 58 AÑO

Cincuenta y ocho años para pagar un seguro bien. requieren de una selección previa muy meditada.

Esto sucede cuando los medios de protección elegidos no son fruto de una información y una reflexión suficientes. En el caso específico del seguro de vida, es frecuente y lamentable, el caso del número de personas que adquieren una póliza, cubren algunos pagos, ("primas") anuales o mensuales, y dejan de hacerlo en un momento dado.

Los peligros de la mala preparación

Las compañías de seguros tienen rigurosos métodos de selección de sus representantes, como lo demuestran las solicitudes de ingreso mostradas a esta revista, por varias de ellas. Pero aún así, se dan casos de representantes sin las adecuadas bases morales para la labor social que deberían desempeñar.

Este tipo de agentes, aunque duran poco tiempo en el ramo, pues no convienen a los asegurados ni a las compañías, realizan algunas veces, acciones que sólo pueden calificarse de criminales.

Un padre de familia se encuentra interesado en adquirir un seguro; lo visita, por coincidencia, un individuo simpático, ágil de mente, "agresivo", con gran facilidad de palabra y lo hace contratar un plan determinado.

El asegurado cubre una, dos, tres primas, y deja de improviso de hacerlo. ¿Qué sucedió?

Existen tres posibles explicaciones:

- El asegurado no adquirió la póliza por un sólido convencimiento, sino por sentirse "comprometido" con el agente.
- El agente no escogió el tipo de seguro que mejor se adaptaba a los ingresos del cliente, sea por ambición (pues las compañías dan una muy fuerte comisión por el primer año de vigor del seguro) o por ignorancia.
- El agente no asesoró bien al asegurado en cuanto a la mejor forma de realizar los pagos de las primas o el cliente era una persona muy desorganizada en sus gastos.

Hombre prevenido vale para muchas vidas

Ante todo queremos poner en claro que esta revista no desea que el lector huya despavorido en cuanto vea a un agente de seguros. Pretendemos alertarlo sólo respecto a algunos puntos:

- Cuando trate con un agente respecto a seguros de vida, debe éste ser una persona de intachable honorabilidad; sensible y comprensiva hacia los problemas humanos, pero realista y práctica respecto al modo de resolverlos; que demuestre conocer sobre seguros de vida lo suficiente como para poder considerársele un profesional en el asunto; con capacidad y preparación que le permitan explicar en términos sencillos (o sea sin tecnicismos) las condiciones del seguro.
- No contratar el seguro por alguna razón ajena a la firme convicción de que es necesario, y a la seguridad de que el plan escogido se adapta a las condiciones y solvencia del asegurado.

Quien tiene que decidir el contratar un seguro o no hacerlo, debe recordar que por encima de la simpatía o el compromiso social está el futuro de su familia.

- El gasto anual aproximado por concepto de seguro de vida, debe corresponder más o menos al cinco por ciento de los ingresos anuales del asegurado.
- Estudiar la mejor manera de cubrir sus primas: mensual o anualmente, de acuerdo con la regularidad o irregularidad de los ingresos que se tengan.
- Saber que al pago de las primas debe otorgársele la misma importancia que a la renta de la casa.
- Tener presente que al suprimirse el contrato de seguro por falta de pago de una prima, no se ha desperdiciado necesariamente el dinero; de hecho, la familia estuvo protegida durante el lapso en que el seguro estuvo en vigor. Sin embargo, en este caso, se crean una serie de problemas indeseables: dificultad (y en algunos casos imposibilidad) para contratar un nuevo seguro; pérdida de derecho a préstamos (que se pueden obtener después de determinado número de primas cubiertas); y otros.

¿"Dinero que nada vale..."?

De las respuestas obtenidas en una breve encuesta, quedó claro que el más poderoso argumento en contra del seguro de vida puede ejemplificarse con estas palabras: "¿De qué sirve una cantidad de pesos, dentro de 20 años, cuando yo me muera?".

Naturalmente, ésta es una pregunta mal enfocada. La función del seguro de vida es proteger, y esta garantía no

puede relacionarse con algo como la pérdida del valor adquisitivo de una moneda. Recibieron los beneficios de una póliza las familias de muchos asegurados por varias compañías, entre las cuales escogimos cinco ejemplos:

- Acondicionador, de 21 años de edad, al mes y cuatro días de haberse inscrito.
- Visitador de cobranzas, de 20 años, a los seis meses 24 días de haber tomado el seguro.
- Chofer de trailer; 22 años; 11 meses 21 días de haberse asegurado.
- Empleado particular; 18 años; 17 días de asegurado.
- Profesor; edad: 67 años; dos días de asegurado.

El seguro de vida no es un negocio

Su función, insistimos, es proteger.

Hay desde luego, otras formas de invertir para dejar un respaldo a los familiares. Las dos más frecuentemente mencionadas son: compra de alhajas y bienes raíces.

"Las joyas no pierden su valor", oyen decir frecuentemente los agentes de seguros. Sin embargo, pongamos el ejemplo de un seguro de vida pagado por una compañía a los tres años de vigencia.

El asegurado había cubierto 5 mil pesos al año (15 mil en total). Suponiendo que en vez de un seguro de vida hubiera comprado alhajas, dejaría a su esposa y a sus hijos 15 mil pesos en aretes, brillantes, y probablemente una pulsera de oro. Ahora bien, de haber contratado un seguro de vida, sus beneficiarios recibirían una cantidad que en muchos casos (interviene la edad en que se tome el seguro), puede ser superior a los 250 mil pesos.

Invertir en un bien raíz es evidentemente ventajoso. El que una familia cuente con una casa dónde habitar es primordial; pero si la vivienda se compra a base de pagos periódicos, ¿qué sucedería si pasados cuatro o cinco años los familiares del comprador del inmueble no pudieran seguir cubriendo los pagos correspondientes?

Más aún: hay compañías de bienes raíces que para la venta a plazos de algún inmueble, exigen que el comprador esté asegurado.

El brazo de la Ley

Antiguamente muchas compañías de seguros no cumplían con los compromisos contraídos en sus contratos. Efectivamente, eran frecuentes los casos de quiebra fraudulenta, sobre todo en los Estados Unidos, de sociedades anónimas constituidas "al vapor".

Esta situación anárquica ha sido superada y, desde hace tiempo, el Estado se encarga de regularizar (como en otros campos de las finanzas y la economía), la situación de las compañías de seguros.

Actualmente, la *Ley General de Instituciones de Crédito* y la *Ley Sobre el Contrato de Seguro*, sujetan a fiscalización rigurosa, por medio de la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros, a estas empresas que no pueden manejar sus fondos a su libre arbitrio; están obligadas a tener determinadas reservas; deben poseer ciertas inversiones en valores del Estado y bienes raíces; etcétera.

"El prometer no empobrece..."

En el año de 1976 se presentaron más de 140 reclamaciones contra compañías de seguros de vida ante el organismo que, en caso de litigio, actúa como árbitro: la Comisión Nacional Bancaria y de Seguros.

En esta última institución nos informaron que la mayoría de las reclamaciones presentadas se deben a que los quejosos se encuentran en la errónea creencia de que los seguros les otorgan derechos que, una vez revisadas las pólizas, no figuran en ella.

Entre los casos de reclamación más frecuentes está el de quienes cancelan su seguro y piden se les devuelva el total de la cantidad pagada hasta esa fecha. No cabe duda: aquí intervino el agente sin escrúpulos que, como "arma" de convencimiento, engaña. En caso de cancelación de la póliza, no se recupera el total desembolsado.

Este tipo de problemas tiene una manera sencilla de evitarse: leer las pólizas antes de contratar el seguro. El que piensa asegurarse debe hacerlo con todo cuidado. Si teme aburrirse, considere que no debe sacrificar la seguridad de su familia por un rato de descuido; si no quiere quitar tiempo al agente, piense que no hay razón alguna para que éste tenga prisa. El que sienta pena de que se le tome por desconfiado, recuerde esta norma: todo comprador tiene derecho a saber qué es lo que va a adquirir a cambio de su dinero.

RECOMENDACIONES

- Infórmese sobre la seriedad de la compañía aseguradora.
- **No se deje presionar por la insistencia del agente.**
- Relea, hasta la saciedad, la póliza que le están ofreciendo.
- **Cualquier duda sobre el contrato, trátela insistentemente con el agente de seguros.**
- Revise su presupuesto para estar seguro de poder cumplir a fecha fija con el pago de la prima.
- **Asegúrese de qué es lo que no le cubre el seguro.**
- No oculte a la compañía aseguradora cualquier tipo de enfermedad, ya que ellos tienen medios, en caso de defunción, para investigar en los expedientes de su lector, y de haber algún padecimiento pueden no pagar el seguro.
- **Usted tiene derecho de informarse cuantas veces quiera, sobre alguna duda, dirigiéndose a su agente de seguros.**
- No espere a que la compañía vaya a cobrarle la prima; esté usted pendiente del pago, ya que una demora de solamente un día lo deja al descubierto en cuanto a protección.

¿Cómo, cuándo y dónde reclamar?

¿No está usted satisfecho con sus compras? ¿Acaso los juguetes de sus niños fueron un fiasco? No los tire a la basura: en muchos casos se puede reclamar y obtener buenos resultados.

¿No está usted satisfecho con sus compras? ¿Acaso los juguetes de sus niños fueron un fiasco? No los tire a la basura: en muchos casos se puede reclamar y obtener buenos resultados.

Los consumidores que compraron juguetes que por cualquier motivo sean merecedores de reclamación, aún están dentro del plazo que concede la Ley para hacer valer sus derechos.

Pero ¿cómo proceder correctamente?

Algunas personas se han comunicado con el Instituto Nacional del Consumidor, por carta o telefónicamente, para quejarse o simplemente para comentar algunos incidentes. Muchos de ellos creen que "palo dado ni Dios lo quita": pero es solamente porque desconocen los derechos que les concede la Ley federal de Protección al Consumidor.

Los funcionarios del INCO señalan, ante todo, la autodefensa: esto es, presentar una reclamación pero firme —y sobre todo mostrando conocimientos de la Ley— ante el proveedor, y de preferencia ante el mismo empleado que hizo la venta.

Generalmente, los comercios establecidos no tendrían inconveniente en escuchar sus razones y acceder a lo que ardena la Ley, en principio por su propia conveniencia. Sólo si esta gestión falla, debe acudir a la Procuraduría del Consumidor.

Examine los casos, vea si alguno se parece al suyo y saque sus conclusiones.

Un consumidor se queja de haber sido engañado por la publicidad de un juguete.

"En la tele —explica con amargura— se veía grande y bonito. Además se movía. Por lo que fui a la tienda y sin pensarlo dos veces lo compré. Al desempacarlo descubrí el engaño: La caja era mucho más grande que el muñeco y éste ni se movía ni hacía nada de nada. El desencanto de mi hija fue enorme".

Y pregunta: "¿Hay alguna forma de reclamar?"

La respuesta es afirmativa, ya que el capítulo segundo, artículo 19 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, señala que el proveedor está obligado a suministrar el bien o servicio en los términos de la publicidad realizada; en los que se indiquen en el propio producto; o de acuerdo con lo que se haya estipulado con el consumidor.

Queda prohíbido, apunta el texto, que el proveedor reconozca o bonifique un precio menor al originalmente pagado; sea que por mutuo acuerdo se rescinda el contrato y se devuelva el dinero, o que se cambie por otra mercancía.

Ahora bien, si la devolución o restitución de la cosa origina gastos, éstos correrán por cuenta de aquél a quien sea imputable el error.

Por otra parte, la Ley señala que todo artículo tiene cuando menos dos meses de garantía (aun en los casos en que ésta no se establezca por escrito). Por lo que se sugiere conservar siempre la nota de compra, pues ésta es la prueba de que el artículo fue adquirido en determinado lugar y fecha.

A Caballo Regalado SI se le ve el Diente.

Sin la nota de compra o factura es sumamente difícil realizar con éxito una reclamación. Por lo mismo, una buena cantidad de regalos navideños que salieron defectuosos, permanecerán, irremediablemente, arrumbados en algún rincón.

Para evitar tan lamentable desperdicio, el Instituto Nacional del Consumidor sugiere que, cuando se obsequie un artículo, se acompañe éste de la nota correspondiente, dejando a un lado perjuicios sociales. En su defecto, se recomienda advertir al obsequiado, que en caso de anomalías o desperfectos, usted le proporcionará la nota, para así poder efectuar la reclamación.

Tras la Huella.

Por teléfono, un consumidor nos dice haber realizado varias compras en una feria de juguetes. "Como algunos de ellos salieron defectuosos —explica— quise reclamar; pero ni rastro de la tienda".

Y pregunta: "¿Qué se puede hacer en estos casos?"

La Ley señala, le decimos, que tanto el proveedor como el fabricante tienen la obligación de responder por los defectos del producto.

Por lo mismo, con la nota de compra se puede acudir con quien elaboró el producto y hacer efectiva la garantía. (La dirección de la fábrica o taller debe venir apuntada en la caja o envoltura del artículo).

De ahí la conveniencia de conservar la nota y la caja o envoltura un tiempo razonable.

De Prisa y Corriendo.

"La víspera de Navidad compré a la carrera un juguete para mi ahijado; dos días después vi el mismo artículo en otro almacén, sólo que a la mitad de precio", nos confiesa un consumidor arrepentido.

Desgraciadamente en estos casos nada se puede hacer, pues si bien muchos fabricantes establecen un margen de precio dentro del cual debe ser vendido el producto, no existen precios oficiales para los juguetes.

Sin embargo, ésto puede evitarse realizando las compras con anticipación y tiempo suficiente para poder efectuar comparaciones. Con ello se evitará caer en manos de espectaculadores.

Asimismo, es recomendable realizar las compras en tiendas establecidas y serias; ya que en ellas es más fácil hacer efectivas las garantías que prevé la Ley.

Las Piezas del Rompecabezas.

Un gran número de juguetes requieren de partes y refacciones para poder funcionar. Por ejemplo; hornos que cocinan comida, mediante sobrecitos de mezcla previamente preparada; coches de carreras que, sin el control de mando no caminan; muñecas que hablan, sin cuentan con los discos necesarios para ello, etc. Sin embargo, no es fácil encontrar en los establecimientos comerciales y en las fábricas las partes y refacciones necesarias para que el juguete no se convierta, a los pocos días, en algo inútil.

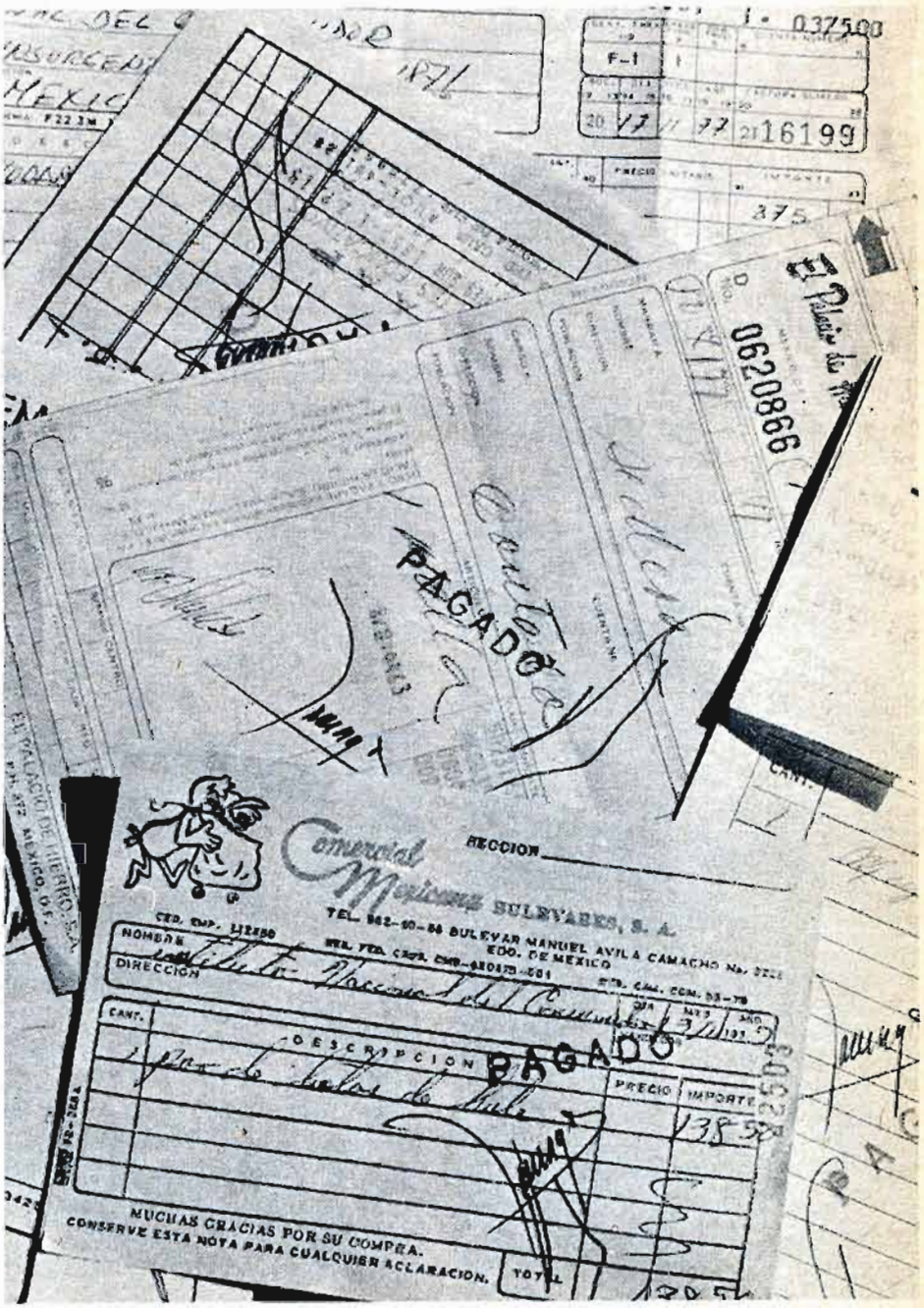
La Ley Federal de Protección al Consumidor es clara al respecto. En su Artículo 37 señala:

"Los fabricantes de productos deberán asegurar el suministro oportuno de partes y refacciones durante el lapso en que aquellos se fabriquen, armen o distribuyan y, posteriormente, durante un lapso razonable en función de la durabilidad de los productos".

Por lo tanto, el consumidor puede —y debe— exijir las partes y refacciones necesarias para que el juguete siga operando.

Por último, si usted tiene alguna queja o sugerencia, comuníquese al Instituto Nacional del Consumidor (INC), quien se ofrece como enlace para la creación de un comité (formado por padres de familia, maestros y organismos públicos y privados) que asegure que los resultados de los estudios lleguen a las personas capaces de realizar las modificaciones y correcciones necesarias.

Si le interesa participar o tiene preguntas que plantear, llame a Barbara Uribe (5-50-44-14), ella le atenderá amablemente.



La nota de compra facilita cualquier reclamación

Plan de protección al salario de 1978

Estudios realizados demostraron que la mayoría invierte más en los gastos secundarios que en los indispensables: casi todos declararon que desembolsan cientos de pesos cada vez que van al futbol.

El Congreso del Trabajo, a través del Comité Nacional Mixto de Protección al Salario (CONAMPROS), ha iniciado una campaña para que el trabajador aprenda a proteger su salario.

Esta tiene como objetivo lograr que cada uno trate de entender, desde su punto de vista personal, cuáles son sus verdaderas necesidades y cómo debe gastar su dinero, explica un funcionario de la citada dependencia.

La campaña parte de la hipótesis de que en este país ni el rico ni el pobre saben comprar. Pero en especial, el gran mundo consumista es la clase media, siguiéndole la baja, que quiere ascender.

El éxito... no está en la loción.

Las necesidades básicas de un trabajador de cualquier nivel económico y social, son el alimento, la vivienda, el vestido y la educación. Pero empecemos por demostrar cómo el salario del típico manirroto va mermando desde el momento en que lo recibe. En ese preciso instante ya tiene comprometido parte de él, con el abonero que va a cobrarle a la fábrica o, si tiene mayores posibilidades económicas, en tarjetas de crédito. Después, en el recorrido que hace de la oficina a su casa, va deteniéndose en diferentes tiendas para comprar todo tipo de chácharas; por último, entra en una cantina, consume alcohol con sus amigos y, cuando por fin llega a su casa, su sueldo ha disminuido considerablemente.

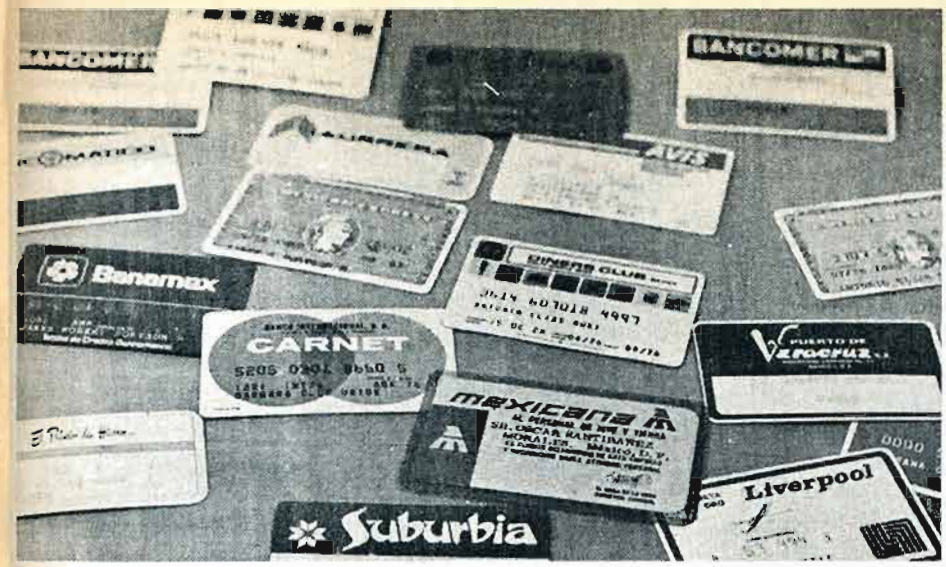
Son pocos los que tienen conciencia de la distribución del dinero para poder planear el gasto familiar y encontrar así la manera de hacerlo rendir más. No es que no sepamos escoger entre un producto bueno y otro malo, o elegir entre una camisa de cincuenta o de trescientos cincuenta pesos. Lo que sucede es que gastamos el dinero en tantas pequeñas cosas todos los días que, a la larga, deterioramos considerablemente nuestro sueldo quitándonos la posibilidad de vivir mejor.

Ganar el dinero cuesta demasiado esfuerzo, para gastarlo en sólo treinta minutos de compras. En ese pequeño tiempo se puede esfumar el salario de toda una jornada o de un mes de trabajo.

Hay que aprender a decir no. El comerciante tiene derecho a exhibir su mercancía de la manera más tentadora: pero usted lo tiene de resistirse a comprar lo que no le hace falta.

¿Por qué compramos determinado producto? ¿Qué nos impulsa a decidirnos por una marca definida que anuncian frecuentemente por la radio y la televisión? ¿Porque lo muestra una modelo muy agradable? ¿Porque es sólo para personas muy exclusivas? ¿Porque da prestigio usarlo? ¿Porque lo vimos en oferta? ¿Porque lo piden nuestros hijos? ¿Porque no hemos probado otro? O porque si no lo usamos, ¿qué dirán los demás? Algo hay de esto.

A veces compramos por impulso, sin analizar antes nuestras compras. La gente casi siempre llega a la tienda sin saber exactamente lo que va a adquirir, y difícilmente se puede sujetar a una lista. Es importante, sin embargo, saber que en cualquier centro comercial hay miles y miles de cosas al alcance de todo el mundo, y que existe una serie de mecanismos y estrategias para que la gente las obtenga, desde las promociones y ofertas, hasta la forma en que las colocan en los anaqueles.



Cuando sólo se requiere una firmita es fácil perder la noción de lo gastado

La publicidad ha deformado también nuestros hábitos de consumo. No es selectiva, y por eso, los anuncios que se pasan por la televisión los ve el público de todos los niveles socioeconómicos. Por ejemplo, puede ocurrir que si a un obrero que gana el salario mínimo, lo bombardean a la hora en que ve su programa favorito para que se compre un "Le Barón", el último modelo de la marca Chrysler, lo sustituye corriéndose una parranda con los cuates. Ante la imposibilidad de comprarse un cochesote, tiene la alternativa de demostrarles a sus amigos que sí tiene dinero para tirar.

Deseamos probar que tenemos más que los demás. Esto se pone de manifiesto en el momento en que nos presentan la cuenta en un restaurante, y nos disputamos el derecho a pagarla en lugar de ser justos y recolectar de cada quien la parte que le corresponde.

Compramos productos superfluos por vanidad. En México hay familias cuyos miembros no tienen zapatos pero usan los shampoos más caros; tienen televisión a colores y una gran consola. Queremos portar una esclava que parezca de oro o usar un anillote. No importa si la alhaja es auténtica o falsa, el deterioro de nuestro salario está en que la usamos para sentirnos importantes. Es el complejo de inferioridad.

Ante la imposibilidad de comprarse un cochesote...

Por otra parte, interviene también el factor sexual. Los hombres compran una loción de ciertas características, entre ellas el alto precio, porque les dicen que van a oler muy bonito y así tendrán mucho éxito con las mujeres. Estas, a su vez, gastan alrededor de quinientos pesos mensuales en cosméticos.

En México hay familias cuyos miembros no tienen zapatos pero sí televisor a colores y además usan shampoos caros.

Esto no quiere decir que la gente no deba comprar, se trata de que sepan cómo y qué comprar. Tampoco podemos determinar fácilmente cuáles son productos superfluos y cuáles no, ya que si para algunos puede ser inútil adquirir unos zapatos de charol, porque no están dentro del parámetro de sus necesidades; para otros puede ser superfluo el comer un trozo de pastel todos los días.

¿Cómo vamos a orientar a la gente para que sepa qué es lo que debe o no debe tener? Recomendándole que

algunos se desahogan invitando a los amigos.

proteja su salario. Esto no es guardando el dinero en el bolsillo ni ponerlo debajo del colchón, dentro de una alcancía o tenerlo en el banco y recordar que ahí está. Proteger el salario es buscar la manera de que nos rinda más, aprendiendo a comprar y a no usar indiscriminadamente una tarjeta de crédito, ya que cuando firmamos tenemos tendencia a perder la conciencia. Aprender a comprar es, también, aprender a viajar. Aquí es donde interviene todo el concepto global de nuestra campaña. En ésta, su primera etapa, es ciento por ciento simbólica.

El hecho de sacar la cartera, es algo que representa un gasto, el ver la cuenta del supermecado, de las tarjetas de crédito, y el salir de una tienda de autoservicio con las bolsas repletas de mandado; vienen siendo otros símbolos que nos indican que se va mermando nuestro salario.

TABULACION DE LAS RECOMENDACIONES PARA LA DISTRIBUCION ADECUADA DEL INGRESO MENSUAL FAMILIAR

INGRESO MENSUAL	90%— 60% Gastos Indispensables	50% al 10% Gastos Necesarios	Menos del 10% Gastos Secundarios
$ 2,500	$ 2,250 — $ 1,500	$ 1,250 — $ 250	— de $ 250
$ 3,000	$ 2,700 — $ 1,800	$ 1,500 — $ 300	— de $ 300
$ 3,500	$ 2,250 — $ 2,100	$ 1,750 — $ 350	— de $ 350
$ 4,000	$ 3,600 — $ 2,400	$ 2,000 — $ 400	— de $ 400
$ 4,500	$ 4,050 — $ 2,700	$ 2,250 — $ 450	— de $ 450
$ 5,000	$ 4,500 — $ 3,000	$ 2,500 — $ 500	— de $ 500
$ 5,500	$ 4,950 — $ 3,300	$ 2,750 — $ 550	— de $ 550
$ 6,000	$ 5,400 — $ 3,600	$ 3,000 — $ 600	— de $ 600
$ 6,500	$ 5,850 — $ 3,900	$ 3,250 — $ 650	— de $ 650
$ 7,000	$ 6,300 — $ 4,200	$ 3,500 — $ 700	— de $ 700
$ 7,500	$ 6,750 — $ 4,500	$ 3,750 — $ 750	— de $ 750
$ 8,000	$ 7,200 — $ 4,800	$ 4,000 — $ 800	— de $ 800
$ 8,500	$ 7,650 — $ 5,100	$ 4,250 — $ 850	— de $ 850
$ 9,000	$ 8,100 — $ 5,400	$ 4,500 — $ 900	— de $ 900
$ 9,500	$ 8,550 — $ 5,700	$ 4,750 — $ 950	— de $ 950
$ 10,000	$ 9,000 — $ 6,000	$ 5,000 — $ 1,000	— de $ 1,000

Nuestras recomendaciones son las siguientes:

o Presupuestar mensualmente lo que se va a comprar. El hacer el presupuesto anual implicaría una aceveración de conciencia y programación muy difícil de lograr. Es por eso que debemos empezar por hacerlo mensualmente.

o No importa tanto que usted gane poco o mucho, si aprende a comprar, no adquiriendo más de lo que necesita, y nunca sin antes hacer una lista. No se deje seducir por promociones, ofertas o gangas. Compare precios y tamaños entre productos similares.

o Aprenda a decir no. Todo el mundo tiene el derecho de ofrecer a la venta sus productos en la forma más tentadora. Usted también tiene el de resistirse a comprar lo que no le haga falta. Analice y piense si verdaderamente necesita eso que tanto le atrajo. ¿Lo va a usar? ¿Realmente va a satisfacer una necesidad? ¿No se trata de un capricho? ¿De un impulso momentáneo? ¿No se arrepentirá más tarde?. Diga no, cuando le ofrezcan una enciclopedia que no va a consultar; diga no cuando lo inviten a un compromiso al que no quiere ni tiene la necesidad de asistir. Aprenda a decir no cuando le asalte el impulso de comprar cosas innecesarias y mejore así el nivel de vida de su familia.

o Aprenda a ahorrar. Si organiza sus gastos y aprende a comprar en donde se vende más barato, algo podrá ahorrar. Si en vez de adquirir un artículo para presumir, busca otro de menos fama, pero de calidad similar, algo podrá ahorrar. Si controla sus impulsos, si evita compras innecesarias, algo podrá ahorrar. Si se disciplina y sacrifica un poco —nada más un poco—, en las pequeñas cosas de todos los días cada mes, podrá tener eso que desde hace tanto tiempo anhela y que por falta de dinero ha ido posponiendo.

o Afiliarse al Fondo Nacional de Fomento y Garantía para el Consumo de los Trabajadores (FONACOT). Cualquier trabajador de la iniciativa privada puede obtener los servicios de esta dependencia que funciona como una financiera, por medio de la cual podrá adquirir, en varios centros comerciales, productos a crédito y con intereses bajos.

Por otra parte, el Departamento de Nutrición de la Dirección General de Medicina y Seguridad en el Trabajo, que pertenece a la Secretaría del Trabajo y Previsión Social; hizo un estudio sobre la distribución del gasto. Dividió, primero, los principales gastos de un consumidor en tres categorías: indispensables, necesarios y secundarios, y después dio una recomendación para la división de éstos, en relación con esas categorías.

Por medio de este estudio se pudo someter a una prueba a varios trabajadores. El resultado fue que la mayoría invierte más en los gastos secundarios que en los indispensables. En estos desembolsos es donde la razón no interviene. Por ejemplo, casi todos declararon que gastan cientos de pesos cada vez que van al futbol. ¿Quiere usted someterse a la misma prueba?

¿USTED COMO DISTRIBUYE SU GASTO?

Le invitamos a que analice cómo gasta su dinero. Ponga en cada concepto la cantidad mensual que destina para lo que consideramos indispensable, necesario y secundario.
Procure hacer memoria de lo que gasta en promedio. Puede auxiliarse de recibos, facturas, notas de compra, etc. Hágalo con toda su familia ya que cada uno de ellos destina algún dinero para ciertas cosas.
Una vez que hayan llenado todos los conceptos súmelos y ponga los totales en la tercera columna hasta llegar al gran total.
Es muy importante que tome en cuenta el total de sus ingresos o sea todo el dinero del que dispone cada mes.
En la página 12 encontrará usted un tabulador de las recomendaciones para una adecuada distribución del ingreso familiar.
Si nota que está fuera de proporción en su distribución, busque la forma en lo futuro de reorganizar sus gastos.
Antes de comprar haga sus listas y apéguese a ellas; presupueste, no compre cosas innecesarias.

INDISPENSABLES		NECESARIOS		SECUNDARIOS	
ALIMENTOS	$ _____	EDUCACION	$ _____	COSMETICOS	$ _____
ROPA	$ _____	AHORRO	$ _____	PASEOS	$ _____
RENTA	$ _____	MEDICINAS	$ _____	CINE	$ _____
LUZ	$ _____	TRANSPORTES	$ _____	ABONOS	$ _____
GAS	$ _____	UTENSILIOS DE LIMPIEZA	$ _____	TELEFONO	$ _____
AGUA	$ _____	**SUBTOTAL**	**$ _____**	GOLOSINAS	$ _____
SUBTOTAL	**$ _____**			REF. Y BEBIDAS	$ _____
				FUTBOL	$ _____
				UTENSILIOS PARA EL HOGAR	$ _____
				SUBTOTAL	**$ _____**
					$ _____
					$ _____
				TOTAL	**$ _____**

Fuente: Departamento de Nutrición, Dirección General de Medicina y Seguridad en el Trabajo, Secretaría del Trabajo y Previsión Social.

¿Deveras quiere usted una mascota?

Un cachorro podría ser buen compañero de su hijo: pero debe pensarlo bien antes de adquirirlo.

Como un miembro más de la familia, puede encontrarse en algunos hogares un perro, una rata blanca, una ardilla, un conejo, un cuyo, tortugas, pájaros, periquitos, changos, gatos, hamsters o algún otro animal, que casi siempre va de acuerdo con la personalidad de su dueño.

Lo cual no tiene nada de extraño, puesto que el animal ha ocupado, desde tiempos inmemoriables, un lugar importante en la vida de los seres humanos. Con la diferencia de que actualmente, en las casas o departamentos de las ciudades, se requiere de cuidado y atención especial, de acuerdo con la clase de mascota de que se trate.

¿Son convenientes las mascotas para los niños?

Quizá en alguna ocasión se ha planteado usted la posibilidad de tener una mascota en casa, especialmente si tiene niños.

Las psicólogas Valentina Martínez e Isabel Brito, del Departamento de Psicopedagogía de la Escuela Nacional para Maestras de Jardines de Niños, afirman que el infante de edad preescolar es por naturaleza un ser curioso y vive con las mascotas, experiencias interesantes que contribuyen a su formación integral. "De este modo, el niño establece similitudes de las necesidades vitales y psicológicas con otros seres vivientes, es decir, descubre que su mascota come, juega y requiere cariño y cuidados al igual que él", dice una de las profesionistas.

Asimismo señalan que cuando un niño posee una mascota, ésta dependerá de él directamente canalizando sus deseos de protección. De este modo, ejercita una serie de responsabilidades que le serán de gran utilidad para el futuro.

La mascota ideal

El Médico Veterinario Zootecnista Alfonso García López, vocal de la Asociación Mexicana de Médicos Veterinarios Especialistas en Pequeñas Especies, comenta que la mascota ideal es el perro, "porque es el único animal considerado como doméstico, mientras que las otras especies son sólo "domesticables"; es decir, que necesitan una etapa de adaptación cuando son extraídos de su medio ambiente natural, lo que puede ocasionar su enfermedad o muerte. Por ejemplo, ciertas aves que están acostumbradas al vuelo constante, sufren graves alteraciones nerviosas al ser encerradas en una jaula.

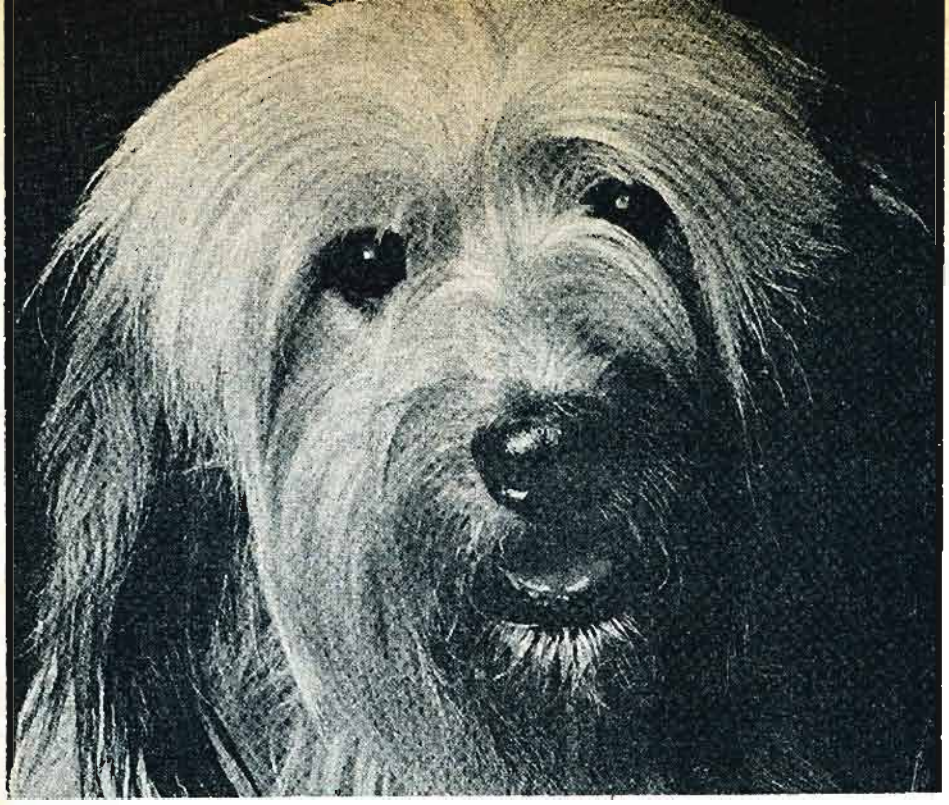
Cuando un niño tiene una mascota, el animalito dependerá de él directamente alimentando así su espíritu de protección. De este modo ejercitará ciertas responsabilidades, lo que le será útil en el futuro.

"También el gato se encuentra en esta situación porque es un ser independiente y dueño de sí mismo, y con dificultad se adapta a la vida doméstica, lo que lo convierte en una mascota peligrosa para los niños", afirmó por su parte el MVZ Ramón Auró Saldaña, jefe de la Clínica de Pequeñas Especies de la Facultad de Veterinaria de la UNAM.

¿Qué es lo más importante al comprar un cachorro?

Una vez que ha decidido tener como mascota un perro, lo primero que debe preguntarse es para qué lo quiere: de compañero, para jugar con sus hijos, llevarlo de cacería, o para proteger su hogar.

También es importante tener en cuenta el tamaño de su casa, ya que el animal necesita de un lugar adecuado. Si su departamento es reducido, le conviene un perro pug, un pekinés o un Chihuahua; si es grande, puede usted pensar en un boxer, doberman o



Un perro adulto de 15 kilos debe comer 250 gramos de carne magra, 250 de Purina, 1 yema de huevo, 1 rebanada de tocino y 1 cápsula de polivitamínico.

hasta en un San Bernardo. En todo caso, infórmese detalladamente de los requerimientos de su animal, en cuanto a alimentación, ejercicio y otros imperativos.

Ahora bien, tenga muy en cuenta su economía: algunas razas requieren mayor atención, como los de pelo largo que necesitan con cierta frecuencia ser llevados a la peluquería; en cambio, los de pelo corto pueden ser bañados y cepillados con mayor facilidad, y ocasionan menos gastos en general.

¿Cuánto cuesta mantener un perro?

Si usted visita los establecimientos dedicados a la compra-venta de cachorros, se encontrará con que los precios fluctúan entre trescientos y cuatro mil pesos, de acuerdo con la raza y porte; los perros mestizos, desde luego, resultan más baratos que los de raza pura. En el precio también influye el sexo: el macho cuesta más que la hembra, porque el público siempre prefiere el primero.

Por otra parte, si el dueño de un can trata de alimentarlo con la mejor carne del mercado tendrá que hacer un gran desembolso. Es mejor sustituirla por alimentos comerciales especialmente preparados. Estas fórmulas, bien balanceadas, resultan mucho más económicas y una vez que se acostumbre a ellas no habrá dificultad en mantenerlo bien alimentado. Por otra parte, es importante considerar que los animales no deben competir por la comida destinada al hombre.

El perro que su hijo necesita

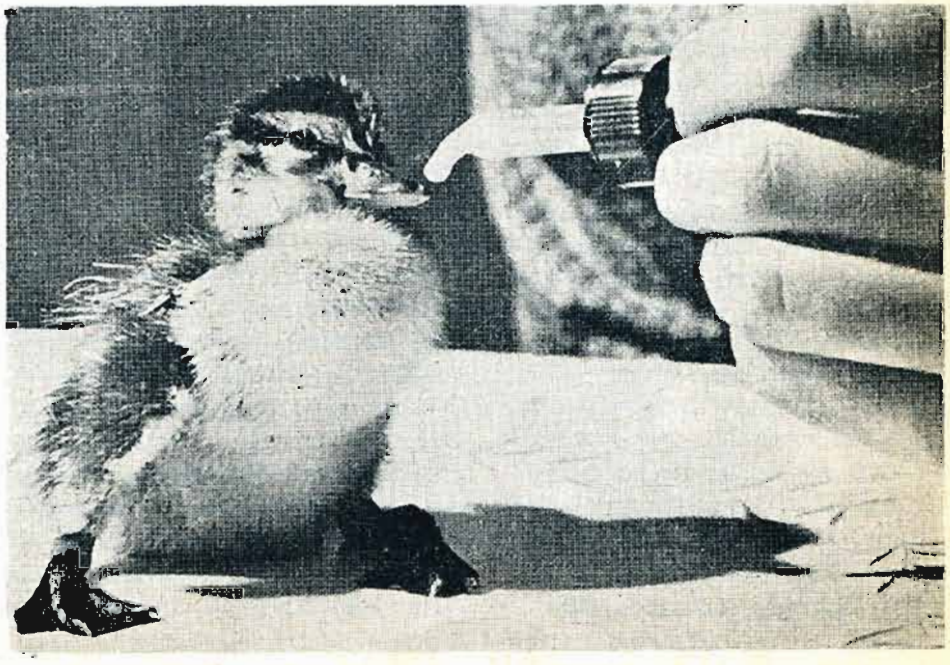
Los especialistas recomiendan ciertas razas para los niños; entre ellas se encuentran: el pointer, boxer, bulldog, collie y San Bernardo, dado que éstos se caracterizan por ser afectuosos y juguetones, leales, pasivos y de buen carácter.

Una vez que ha elegido al animal, es necesario comprobar que esté sano y sea legítimo, para garantizar su inversión. No es raro, afirma García López, que en la calle o diversos estacionamientos públicos, le ofrezcan cachorros aparentemente sanos; sin embargo es muy probable que estén débiles o enfermos, en cuyo caso serían un peligro para usted y su familia.

"Para cerciorarse que el cachorro goza de buena salud, dice Auró Saldaña, debe usted inspeccionar cuidadosamente sus ojos; su mirada tiene que ser clara, alegre y brillante. Su nariz, sin descarga mucosa; sus orejas rosadas y su piel libre de pulgas".

Por otra parte, es conveniente elegir un perro de características raciales bien definidas, de este modo resultará más fácil enterarse de los cuidados que requiere.

Inmediatamente después de adquirirlo, debe llevarlo al veterinario para que lo examine y le aplique las vacunas correspondientes. Tenga mucho cuidado con los charlatanes que inyectan a los animales sin el permiso de la Secretaría de Salubridad y Asistencia. Asimismo, exija que el veterinario tenga un título que lo acredite como tal.



La mascota también requiere de medicinas.

Tome todas las precauciones para que no represente ningún peligro para sus hijos.

¿De qué sirve un perro amarrado en la azotea?

Una de las experiencias más interesantes que se pueden vivir con un perro, es su educación. El que salta sobre las personas y les lame la cara; o bien el que corre constantemente derribando niños y ceniceros, discrepa del cachorro obediente.

Los expertos dicen que la diferencia entre un can y cualquier otra mascota es que aquél *desea* satisfacer a su amo, y es feliz en la medida en que pueda lograrlo. Si no obedece es porque no entiende. Entonces, el problema es más de comunicación que de disciplina.

Como los seres humanos, cada perro tiene su propia personalidad. No se pueden emplear exactamente, los mismos métodos para educarlos a todos. Pero es relativamente fácil encontrar la forma adecuada con ayuda de un libro especializado.

Tener una mascota en casa es muy agradable, pero puede resultar peligroso si no se cuenta con los medios higiénicos necesarios.

Uno de los consejos más útiles que se pueden dar sobre la materia, es no cansar al perro durante los entrenamientos. Al adulto se le puede entrenar durante veinte minutos seguidos; al pequeño, diez. Si usted emplea este tiempo adecuadamente todos los días en educar a su cachorro, en el término de un mes habrá aprendido a obedecer hasta seis órdenes distintas.

El mejor ejemplo de animales educados se encuentra en los perros lazarillos, y en los que trabajan como pastores o mandaderos. Por otra parte, éstos que ayudan eficazmente a sus amos, al decir de los entendidos, son los perros más felices.

Por último, los expertos aconsejan enseñar obediencia a su mascota. Y señalaron que algunas familias se adaptan, erróneamente, al deseo de sus perros.

Los peligros de su mascota

Tener un animal en casa puede resultar muy agradable, pero requiere de muchos cuidados, señala el MVZ Angel Mosqueda, del Departamento de Avicultura de la Facultad de Veterinaria de la UNAM.

"Sobre todo cuando no se cuenta con los medios higiénicos necesarios, lo que puede ocasionar enfermedades transmisibles al hombre, como sarna, parásitos intestinales y hongos, así como la temible rabia".

En cuanto a la cuestión emocional de sus hijos, la psicóloga Consuelo García, señala que es recomendable explicar al niño, desde un principio, "el ciclo y las particularidades de la vida de su mascota".

"Es necesario que aprenda a apreciarla con naturalidad y evitar que se presenten traumas", agrega.

Es frecuente que cuando el pequeño se identifica plenamente con su mascota, todo lo que a ésta le suceda le afecte; y en el caso de una separación o de que el animal muera, puede volverse retraído y probablemente también querrá morir.

En ocasiones, tratará de imitar la forma de vida del animal, (comer en su plato, dormir en su casa; o al revés, hacer que el cachorro coma en la mesa o duerma en su cama).

Todas estas circunstancias pueden ser convenientemente manejadas para enriquecer la educación del niño, si se utilizan inteligentemente.

¿Todavía desea tener una mascota? Usted tiene la palabra.

(Recomendaciones)

- Calcule el espacio que requiere su mascota, y el que usted puede ofrecerle.
- **La mascota no le pidió que la llevara a su casa. Atiéndala, es su responsabilidad.**
- Tener un animalito en su hogar representa ciertas limitaciones. Entre otras cosas, piense cómo resolverá el problema cuando vaya a salir de vacaciones.
- **Examínela bien antes de comprarla, para estar seguro de que está saludable.**
- Inmediatamente después, llévela con el veterinario para que la revise y le aplique las vacunas adecuadas.
- **Si su mascota es agresiva, vigile que no cause daños; usted sería el responsable, en dado caso.**

(El Artículo 1,929 del Nuevo Código Civil asienta que el dueño de un animal pagará el daño causado por éste, si no probare alguna de estas circunstancias:

- **Que lo guardaba y vigilaba con el cuidado necesario.**
- **Que el animal fue provocado.**
- **Que hubo imprudencia por parte del ofendido.**
- **Que el hecho resulte de un caso fortuito o de fuerza mayor.**

En el Artículo 1,930 se considera que si el animal causante del daño fuere excitado por un tercero, la responsabilidad es de éste y no del dueño del animal).

¿A que hora trabajamos?

Demasiadas fiestas en el calendario del mexicano nos hacen incurrir en gastos no indispensables.

De los 365 días que tiene el año, 45 están dedicados a diferentes profesiones y actividades: celebramos desde el día de la Madre hasta el día del Compositor Mexicano y del Contador Americano. Hay otros 32 en los que se suspenden las actividades laborales para conmemorar fechas históricas y fiestas religiosas, desde el aniversario de nuestra Independencia, Semana Santa y el día de la Vírgen de Guadalupe.

Se festejan además, en diferentes lugares de la República Mexicana, fiestas y ferias conmemorativas, generalmente para honrar al Santo patrono del pueblo, y cuyo número es incalculable. Podríamos decir, sin embargo, que hay 255 fiestas principales y que, puesto que algunas de ellas duran semanas o meses enteros, hacen un total de 339 días al año de festejos.

También hay que agregar los santos y los cumpleaños de los familiares y amigos. Celebrar estos días es una costumbre muy mexicana. Pocos pueden dejar que pase desapercibida la conmemoración de su nacimiento ni dejar de celebrar el día de su santo.

En cada una de estas ocasiones nos volvemos consumidores de cosas superfluas, compradores compulsivos; o, por otra parte, nos vemos comprometidos a gastar más de lo calculado en la celebración.

Si consideramos que en el Distrito Federal, el promedio del sueldo mensual es menor de los seis mil pesos, —ya que los trabajadores sin ninguna escolaridad ganan alrededor de 1,280 pesos— y los que tienen estudios universitarios perciben un sueldo aproximado de 6,893 pesos (según datos estadísticos efectuados en 1977 por el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, en colaboración con el Colegio de México y publicados en su obra "Migración y Desigualdad Social en la Ciudad de México"), es absurdo que una familia de la clase media, —que tiene un promedio de tres hijos— derroche parte de su sueldo en regalos y fiestas.

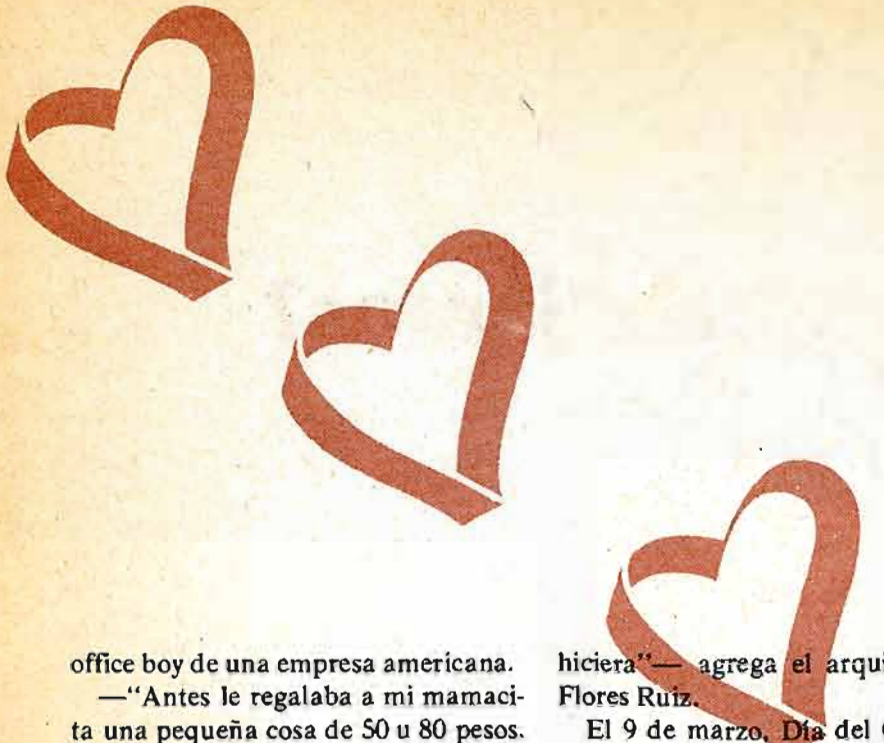
Por supuesto que no todos los días festivos del año son necesariamente un compromiso social, pero sí hay muchos imprescindibles. En una serie de entrevistas con varias personas de distintos niveles socioeconómicos, todas coincidieron en que es imposible dejar de hacer regalos el día de la Madre, el día del Padre, en Navidad y en los Santos y Cumpleños de los familiares más cercanos. Los padres de familia expresaron que no pueden dejar de hacer gastos el día del Maestro, ni cada vez que en las escuelas de sus hijos organizan una fiesta para celebrar algo. Y la mayoría declaró que es muy importante regalar el día de la Amistad y de los Novios, así como celebrar el día del Compadre.

—"El comercio ha inventado la mayoría de los días festivos. A nadie le interesa celebrar al billetero, al cartero o al voceador, pero los comerciantes se las ingenian cada vez más para manipularnos y hacernos gastar el dinero que no tenemos" —dice el señor Alfredo Buenrostro, empleado de un banco— "El colmo es el día del Agente de Tránsito. Los que están en los cruceros más transitados reciben hasta refrigeradores. Son los mismos comerciantes los que les dan los regalos. Viene a ser como la "gran mordida anual" para que les dejen estacionar en lugares prohibidos sus camiones de carga y puedan acarrear su mercancía".

—"¿Qué pensarían mi mamá y mi esposa si no les regalo nada el 10 de mayo? —dice un joven estudiante de Ingeniería Mecánica. Yo creo que las madres que no reciben un regalo ese día han de pensar "pos ora sí, no sé cuando") y si en Navidad tampoco les regalan nada, ya estuvo que no lo hicieron en todo el año"— explica otro de los estudiantes.

—"Odio regalarle a mi suegra el día de las Madres, pero estoy obligado por mi mujer. Hacerle un obsequio ese día es demostrarle mi afecto, y eso no me gusta. Preferiría ser amable con ella cualquier otro día del año, menos el día de las Madres"— explica Joaquín Silva, linotipista.

—¡Y por qué no! ¿A poco usté no le da su regalito a su mamacita? Dan ganas ¿no? Madre sólo hay una —reclama Guadalupe Sánchez, vendedor de la Merced—. Como mi mamá ya murió, el 10 de Mayo le llevo flores al panteón. La última vez gasté 300 pesos porque ese día las venden muy caras. No me importa el gasto. Sé que no las puede disfrutar, pero siento que estoy haciendo algo por ella que no hice cuando era niño —dice Javier Bustos,



office boy de una empresa americana.

—"Antes le regalaba a mi mamacita una pequeña cosa de 50 u 80 pesos. Pero ahora ya trabajo. No es justo que le de un regalo tan barato. El año pasado me endrogué con una lavadora. Todavía la estoy pagando, pero ni modo"— agrega la secretaria María Luisa de la Peña, que confiesa tener un sueldo de 2,500 pesos al mes.

—"Lo que más coraje me da es el Día del Padre. ¡Yo solito me regalo! Mis hijos me piden dinero, mi esposa viene con el sablazo, yo pago los obsequios y ni siquiera puedo escogerlos"— comenta el Dr. Alberto Muñoz.

El 14 de febrero es otra fecha en la que los comerciantes hacen su agosto. La venta de perfumes, chocolates, flores, libros, discos y joyería, sube de una forma exorbitante.

—"Ese día le obsequio a mi novio algo como de 400 pesos. Me da mucho gusto porque él también me hace un regalo bien caro y se siente rete bonito"— dice Ernestina Díaz, cajera de un supermercado.

—"Recuerdo que cuando era novio de mi esposa no tenía ni para comprarle una caja de chocolates. En Sears quise sacar una en abonos que costaba 50 pesos, pero me negaron el crédito. Me sentía con la obligación. Como que se tiene menos confianza con una novia que con una esposa" —arguye Ricardo González, director de arte de una revista. —"El día de los Novios tengo que hacerle un buen regalo a mi mujer. A pesar de que ya es mi esposa, se sentiría ofendida si no lo hiciera"— agrega el arquitecto Luis Flores Ruiz.

El 9 de marzo, Día del Compadre, es una nueva batalla ganada por los comerciantes que, a través de los medios de publicidad, han llegado a convertirlo en un día más de pachanga.

—"Es un día detestable. Un pretexto más de borrachera. En México hay que hacer fiestas para todo. Que si hace frío "vamos a echarnos un tequilazo porque la tarde está tequilera", que si hace calor, nos aventamos unas cheves porque la tarde está cervecera. Hay que echar cuetes el 15 de septiembre y ponernos idem. Ya nada más les falta inventar el día del Borracho y el día de la Corrupción".— explica Jorge Aguilar, jefe de Relaciones Públicas.

—"A mí me gustan las fiestas en donde hay chupe y por eso me encanta el día del Compadre"— dice Juan José Anaya, chofer de un taxi. El mesero Gustavo Olvera agrega: "Yo sí festejo el día del Compadre y les doy regalos a mis compadres y a mis ahijados. ¡No tiene nada de malo! Es una ocasión más para convivir con las amistades. Ahorita solamente tengo dos compadres y dos ahijados, pero apenas tengo 20 años".

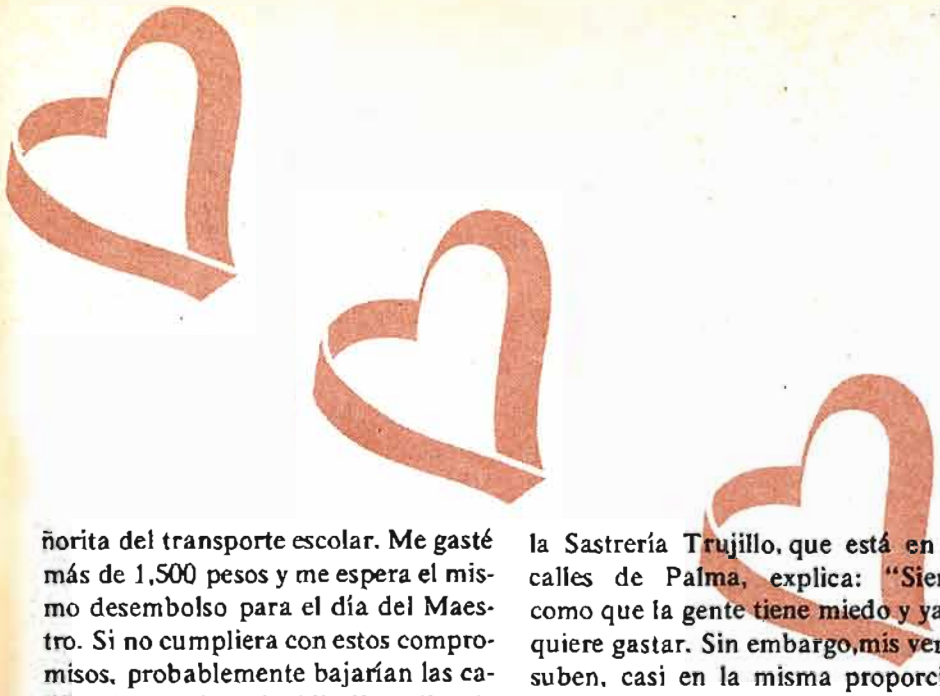
Las fiestas particulares para celebrar los cumpleaños y los santos son otros días en los que se derrocha el presupuesto en cantidades considerables —"Si invitan a mis hijos a una fiesta infantil, tienen que llevar su regalito, o no los vuelven a invitar. Son pequeños detalles que, a la larga, se convierten en grandes gastos"— indica el licenciado Carlos Lozano.

—"Hacer una fiesta es como una transacción. Yo gasto mil pesos el día de mi cumpleaños en bebidas y comida para mis amigos, pero cada uno de ellos me lleva un regalo. Es como quien dice una compra-venta ¿no? Me divierto y recupero mi lana"— señala Antonio Macedo, contador.

Uno de los problemas que los entrevistados consideraron de los más graves son las estafas que se hacen en las escuelas por motivos de celebraciones:

—"Es un negocio aparte que tienen los directores. Si en la escuela van a hacer un desfilito para celebrar el día de la Bandera, el día del Arbol o el día de la Expropiación Petrolera, hay que comprarles a los niños pantalón y camisa blanca. Tienen que ser nuevecitos, y se deben adquirir en donde lo especifica el maestro, "porque si no, no sirven ¿eh?. Seguramente que la escuela se lleva una buena corta— interviene el odontólogo Gerardo Escalante. Su esposa Sylvia Escalante recuerda: "hace un mes hubo un festival en el colegio de los niños. Tenían que llevar flores, pero había que comprárselas al mismo director ¿cuánto ganaría el angelito, nada más de flores, si hay aproximadamente mil niños en el colegio?"

—"Tengo tres hijos en primaria y, para Navidad, compré 14 regalos a sus maestros. Hay que absequiarle a la directora, a la profesora de español, de inglés, de la clase de música, de la clase de gimnasia, al chofer y a la se-



ñorita del transporte escolar. Me gasté más de 1,500 pesos y me espera el mismo desembolso para el día del Maestro. Si no cumpliera con estos compromisos, probablemente bajarían las calificaciones de mis hijos"— dice la señora Laura de la Barra, ama de casa.

Hablan los comerciantes

Entrevistamos también a algunos comerciantes para saber cuáles son las épocas del año en las que suben sus ventas.

El señor Antonio Suárez, contador de una casa comercial que vende aparatos eléctricos para el hogar, nos comenta que las ventas de estos artículos suben igual en Navidad y el día de las Madres. Indicó, asimismo, que compra más la clase media baja,quien adquiere los productos en abonos mensuales.

—"Nuestro mejor mes es diciembre. La clientela empieza a subir el día 12, con el santo de las Lupes. En esa fecha vendemos muchas medallitas y cadenas de oro"— comenta el señor Albert, propietario de la Joyería Albert, ubicada en las calles de Madero y Monte de Piedad —"Para Navidad hay más clientela que compra alhajas más costosas. En segundo lugar viene para nosotros la ganancia del 10 de Mayo,y después la del 14 de febrero. En esas dos fechas también vendemos joyería de altos precios".

El señor José Muñoz, propietario de la Sastrería Trujillo, que está en las calles de Palma, explica: "Siento como que la gente tiene miedo y ya no quiere gastar. Sin embargo,mis ventas suben, casi en la misma proporción, en Navidad, el día del Padre y el día de los Novios. Después tengo días buenos cuando se celebran los santos más conocidos, como el día de San Juan y de San Pedro y San Pablo, pero los clientes compran objetos de menos valor".

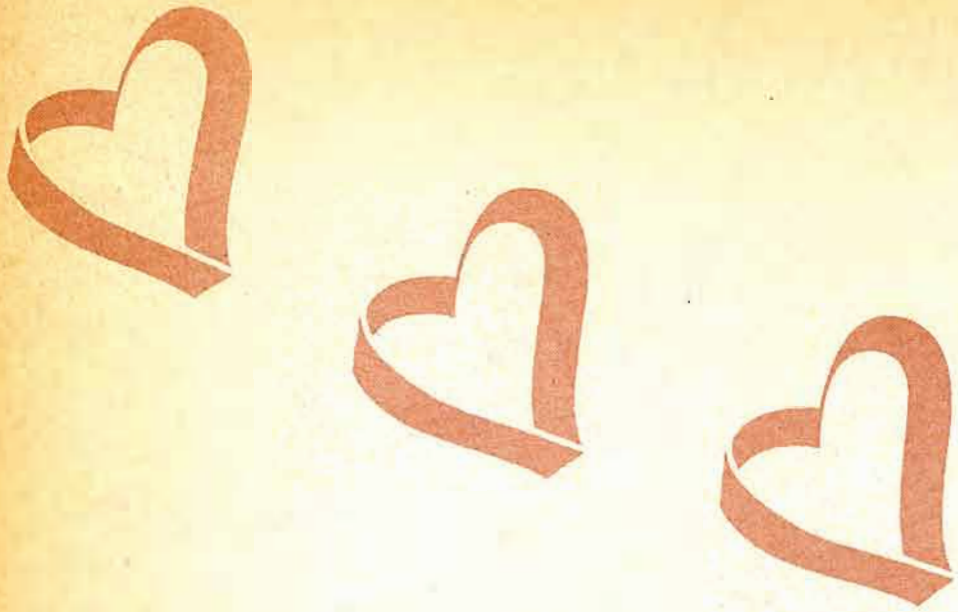
El señor Ignacio Quintana, jefe del Departamento de Menudeo de los almacenes ANFORA, asegura que ellos venden más el día de las Madres que en Navidad. Dice que el 10 de mayo se les acaban las vajillas, que su clientela es de la clase media,y que la mayoría compra con tarjeta de crédito.

En la tienda de abarrotes, vinos y licores "La Giralda", de las calles de Revillagigedo,hay un gran cartelón colgado en la pared,en donde se indican los principales santos del mes y fechas especiales,en las cuales la gente tiene que comprar comestibles y bebidas o hacer regalos. —"Es parte de mi estrategia para ganar clientela. De esta forma,a nadie se le olvida festejar ni a los Enriques, ni a los Juanes, ni a los Antonios, ni a las Marías —dice su propietario, el señor Miguel Rábago Hidalgo— Yo sé que en México el motivo principal es hacer fiestas,y por eso estoy al tanto, para que mi negocio marche bien. Mis mayores ventas son en diciembre. Empiezan el día 8, que se festejan las Conchas; después las Lupes, el día 12 y, para Navidad y Año Nuevo es cuando más se incrementan. En esos días vendo principalmente vinos, carnes frías, latas y galletas. Viene después el 10 de mayo, luego el 15 de septiembre, le sigue el día del Compadre, fecha en la que sube mucho mi venta de vinos y, por último, puedo notar un incremento de clientes el día de los Novios".

En la Pastelería Elizondo, ubicada en las calles de Lerma, también juegan con la misma estrategia. Tienen pintada en el aparador la lista completa de los santos que se celebran durante el mes en curso. —"Vendemos más pasteles y bocadillos el día de las Madres, después el día de la Lupes y el tercer lugar de ganancias lo tenemos el 6 de enero y el día de Todos los Santos, por aquello de las roscas de reyes y el pan de muerto. En Navidad,la pastelería está atiborrada de gente, parece como si estuviéramos ganando mucho dinero ¡pero nada más compran puro bolillo! —dice Arturo Alducín Hernández, encargado de la pastelería.

El señor Misrachi, propietario de las galerías y librerías Misrachi, explica: "Aunque parezca increíble, después de Navidad, la segunda venta fuerte es el día de los Novios,y le sigue el día del Padre. En cuarto lugar,el día del Maestro y, por último, el día de la Madre. A pesar de que a la madre se le podría regalar un bonito libro de cocina o de arreglos florales, yo creo que los hijos y los esposos piensan que no sabe leer".

Celia Díaz Rangel, vendedora de Discomex, S. A., informa que las ma-



yores ventas de discos son en Navidad. En segundo lugar está el día de las Madres, en tercero el día de los Novios, y en cuarto lugar el día del Padre. Explica también que lo que más se vende son discos de música moderna norteamericana, incluso el día de las Madres.

Por último, varios vendedores del mercado de las Flores de Chapultepec fueron entrevistados, y todos coincidieron en que sus ventas son mejores el 10 de mayo; luego el día de los Novios, así como el 16 de julio, que se festeja a las Carmelas. Después en septiembre, cuando los judíos celebran su Navidad. "Ni crea que vendemos mucho el día de los Muertos. Todos compran las flores en los puestos de los panteones, y esos abusados nos quitan la clientela" dice Juan Hernández, propietario de uno de los puestos.

ENERO
2 Día del Policía
4 Día del Periodista
6 Los Santos Reyes;
Día de la Enfermera;
Día del Geólogo
15 Día del Compositor Mexicano

FEBRERO
14 Día de la Amistad;
Día de los Novios;
Día del Telegrafista.
15 Día de la Mujer
19 Día del Ejército

MARZO
9 Día del Compadre

ABRIL
20 Día del Voceador
23 Día del Cinematografista
27 Día de la Trabajadora Doméstica
29 Día del Vendedor
30 Día del Niño

MAYO
3 Día de los Albañiles
10 Día de las Madres
15 Día del Maestro,
Día del Contador Americano

JUNIO
1 Día de la Marina
19 Día del Padre

JULIO
1 Día del Ingeniero
12 Día del Abogado

AGOSTO
1 Día del Telefonista
3 Día del Comerciante Pequeño
21 Día de la Trabajadora Social
22 Día del Bombero
28 Día del Anciano

OCTUBRE
1 Día del Agente Viajero
6 Día del Dibujante
Día de la Secretaria
17 Día del Camionero
22 Día del Médico
23 Día Nacional de la Aviación

SEPTIEMBRE
14 Día del Locutor
25 Día del Litógrafo;
Día del Tipógrafo

NOVIEMBRE
2 Día de los Muertos
7 Día del Ferrocarrillero
9 Día del Abarrotero
12 Día del Cartero
16 Día de la Mujer Guía

DICIEMBRE
19 Día del Billetero
22 Día del Agente de Tránsito.

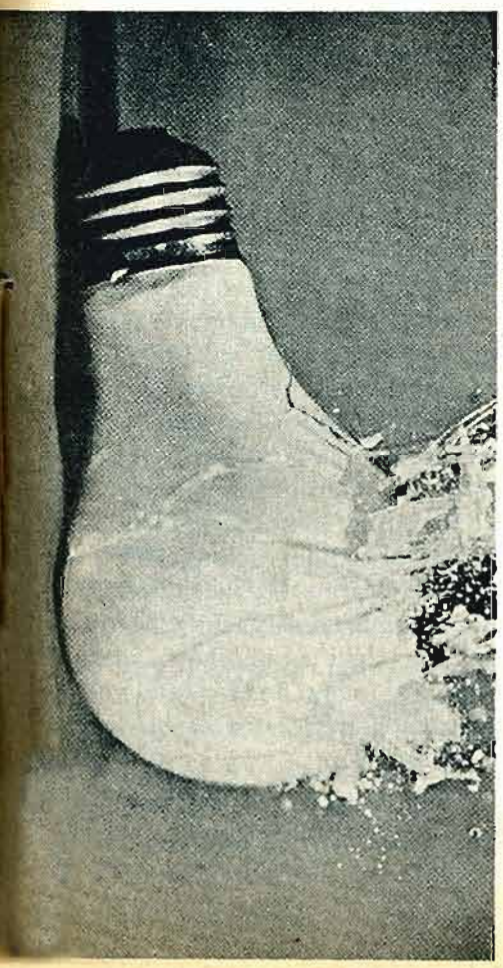
Ahorro de energía Eléctrica

Los pequeños descuidos pueden causar enormes gastos

¡Cuántas veces lo habrá sorprendido el recibo de la luz! "Se deben haber equivocado". "Andará mal el medidor". "Habrá aumentado la tarifa".

La compañía de luz recibe a menudo este tipo de quejas, la mayor parte de las veces, infundadas. Lo que ocurre es que, pese a lo sencillo que parece, muchas personas todavía no saben hacer uso adecuado de la electricidad.

Existen señoras que caminan cuadras y cuadras, preguntan precios, hacen cálculos, etcétera, todo para ahorrarse dos o tres pesos en la compra de algún producto para el hogar. ¡Ah, sí, pero no se les ocurre apagar el radio o la televisión cuando salen a comprar su mandado!



—"El error que con más frecuencia cometen las personas, es marcharse del hogar dejando sus aparatos eléctricos funcionando aunque nadie los esté utilizando, o encendidos los focos en los cuartos vacíos" —dice el ingeniero Guillermo López Portillo, gerente comercial de la Compañía de Luz y Fuerza del Centro—.

"También hay quienes acostumbran mantener las luces prendidas cuando salen de vacaciones, con lo que en vez de ahuyentar a los ladrones, les dan una mejor perspectiva de lo valioso que hay en la casa", agrega.

Muchos de estos errores se cometen distraídamente y al final del bimestre, cuando llega el recibo de la luz, vienen las sorpresas. Sin embargo, un poco de inteligencia y otro de atención pueden hacer que la cuenta disminuya substancialmente con el consiguiente beneficio para la economía doméstica.

¡Ojo! Compruebe el gasto de los recibos anteriores

El cuidado debe comenzar con la comparación de los recibos anteriores verificando, sobre todo, si en los últimos meses hubieron cambios notorios en el consumo. Esto puede dar una pista bastante segura para dilucidar el problema. En caso de que así ocurra, lo primero es averiguar si realmente han variado los costos. ¿Acaso hay un bebé recién nacido que requiera mantener las luces encendidas durante la noche, calentar más biberones, usar a menudo la lavadora?, ¿o será que el señor se compró un taladro eléctrico o una soldadora para hacer los arreglos de la casa?

Aunque la gente no se dé cuenta, muchos aparatos, especialmente los que tienen resistencias para calentar (tostadoras, calefactores, secadores de cabello, etcétera) o los que funcionan con motores (ventiladores, equipos de aire acondicionado), consumen cantidades importantes de energía eléctrica.

Si aún teniendo presentes estos detalles, su cuenta resulta inquietante, lo que corresponde es averiguar si hay alguna fuga en el sistema. La prueba es sencilla: desconecte todos los aparatos (refrigerador, radio, reloj eléctrico, lámparas y hasta el timbre). Luego vea el disco del medidor; tiene que estar quieto. Si hay movimiento quiere decir que, evidentemente, en algún lugar de la casa hay fuga de corriente. Por ahí se están escapando también sus pesos. Cerciórese que los interruptores estén en posición de "encendido", pero desconecte las lámparas. Otro detalle para verificar fallas en el sistema consiste en comprobar el nivel de carga. Si al conectar un aparato de gran potencia (calefactor, aire acondicionado plancha, etcétera) disminuye la intensidad de las luces, el sonido del radio o el tamaño de la imagen de la televisión, significa que las líneas están recargadas. Este defecto tiene múltiples consecuencias, especialmente mayor consumo de electricidad y deterioro progresivo de los mismos artefactos. La falla es del todo evidente cuando se funden los fusibles o tapones con cierta frecuencia. En estos casos lo más conveniente es consultar con un electricista competente.

Evitemos usar algunos artefactos eléctricos

Los aparatos domésticos prestan un gran servicio al hogar y ahorran mucho tiempo y esfuerzo al hacer las tareas cotidianas, pero no está de más seguir una pequeña lista de consejos, dictados por el sentido común y recordados ahora por el ingeniero López Portillo.

La plancha, por ejemplo, es uno de los aparatos que consumen más energía, por lo tanto, procure efectuar toda la tarea de una vez, evitando calentar el aparato cada rato. Planche primero, —en cuanto la plancha tibie— las telas ligeras, en seco: nylon, acrílico, poliéster. Luego, a medida que se vaya calentando, las más gruesas y húmedas (algodón, lana, lino). Por último, con la plancha ya desconectada, sus prendas de seda.

"El error que con más frecuencia cometen las personas, es dejar sus aparatos eléctricos funcionando aunque nadie los esté utilizando, o encendidos los focos en los cuartos vacíos."

El radio y la televisión son aparatos que también consumen bastante electricidad y generalmente ocurre que durante algunos minutos ni se oyen ni se ven. La molestia de encenderlos cada vez que se quiere atender un programa está sobradamente compensada con el ahorro de electricidad.

Si usted cree que le están cobrando de más, antes de reclamar verifique su gasto de energía.

Elefantes blancos

Los radiadores y calefactores también consumen muchísima electricidad y su uso debe limitarse lo más posible, conservando el calor y evitando entradas de aire frío. Conviene cerrar bien todas las ventanas y cortinas ya que el vidrio conduce catorce veces más calor que una pared. El equipo debe colocarse retirado de los muros, y si es posible, separado del suelo.

Con los acondicionadores de aire ocurre algo similar. Por lo tanto, aparte de seguir con los consejos del fabricante, conviene tener en cuenta otros detalles. Gradúe el termostato a una temperatura agradable, sin ser demasiado fría. El equipo gasta mucho más para disminuir la temperatura de 30 grados a 20, que de 30 a 25. Mantenga las cortinas cerradas, especialmente del lado de la casa donde da el sol. Las puertas y ventanas igualmente deberán mantenerse herméticas.

Dado su alto consumo, conviene apagar el aparato cuando se sale de casa por largos periodos ya que, aparte de limitar el gasto, se permite descansar al equipo, prolongando su vida útil. Si el acondicionador necesita estar funcionando las veinticuatro horas del día, significa que no es adecuado para el tamaño de la vivienda de que se trate, o que está operando deficientemente.

Su majestad el refrigerador; imprescindible, pero consumidor

El ingeniero López Portillo advierte que "el ahorro en los refrigeradores

Conclusiones

Evítese consumos innecesarios de electricidad
Consuma menos y gane la diferencia

Algo que muchos consumidores no saben acerca del recibo de consumo eléctrico, es que existen diferentes tarifas según sea el número de kilowatt/hora gastados. Por ejemplo, los primeros 50 Kw/h mensuales (100 por factura bimestral) se pagan a razón de 0.484 pesos cada uno. Pero si en la casa se consume más que eso, el precio es casi del doble, o sea 0.825 pesos. Y si se gasta más todavía, todo el consumo se hará a razón de 1.485 pesos por Kw/h.

Por lo tanto, una forma de ahorrar dinero es tratar de mantenerse en la primera, o por lo menos, en la segunda categoría, especialmente si el exceso en el consumo es pequeño y puede reducirse. Si en lugar de gastar 53 Kw/h (a 0.825 pesos cada uno) se puede consumir 50 o menos al mes, (a 0.484 pesos cada uno) el ahorro será substancial. Lo mismo ocurre si se evita franquear los 100 Kw/h mensuales, pagando 0.825 pesos. Pasarse un sólo punto en esta tarifa equivale a pagar todo el consumo a 1.485 pesos. Conviene hacer el esfuerzo, ¿no?

comienza, por utilizar un aparato adecuado a las necesidades de la familia, ni más grande ni más chico".

Una prueba que debe hacerse para evitar fugas de aire es poner una hoja de papel entre la puerta y el marco del refrigerador; ciérrela luego y jale la hoja. Si se safa con facilidad quiere decir que el empaque no ajusta y necesita ser reemplazado.

La plancha, el radio, la televisión y, sobre todo, el refrigerador y la lavadora, son aparatos de gran consumo eléctrico.

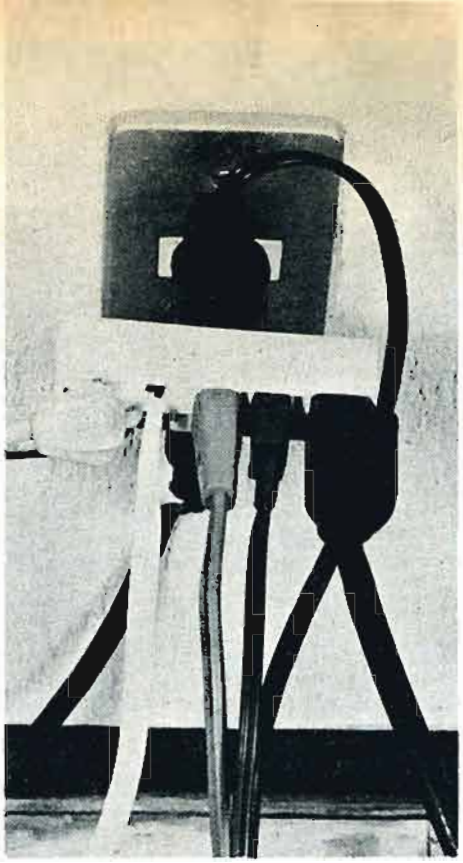
Los expertos aconsejan: no guardar comidas calientes en este artefacto. Mantener el congelador y el refrigerador lo más llenos posible para aprovechar el frío, pero sin bloquear la circulación interna del aire. Antes de abrir la puerta decida qué cosas va a sacar, y no a la inversa. Durante las vacaciones vacíe y desconecte su refrigerador, o reduzca el grado de enfriamiento. Procure el ajuste que precisa su termostato para mantener ligeramente abajo de siete grados centígrados la parte refrigerada, y un poco abajo de cero grados el interior del congelador, (esto puede hacerlo, auxiliándose con un termómetro de bajo precio).

La lavadora equivale a un par de manos eléctricas

La lavadora, como funciona con motor eléctrico, gasta mucha energía, sobre todo en los arranques. Por lo tanto, lo mejor es usarla el menor número de veces, con el máximo de carga admitida por el fabricante. Si se lava menos ropa, el motor consume *la misma* cantidad de energía. Advertencias como ésta sirven para todos los artefactos eléctricos, pequeños o grandes, que ocupamos en el hogar, (lavadora de platos, aspiradora, licuadora y similares).

Iluminación adecuada: ni tanto que queme al santo...

El otro gran capítulo dentro del consumo eléctrico proviene del alumbrado de las habitaciones, pasillos, patios y jardines. Aquí se repiten las mismas recomendaciones, ¿cuánta luz necesita en el dormitorio, el comedor o el estudio?, ¿un foco de cien watts, un tubo fluorescente, o una lámpara de mesa?



¡Peligro! No recargue en esta forma una toma de corriente.

Lo más adecuado en términos de economía es que las áreas generales se iluminen con lámparas pequeñas; y en cambio, directamente encima del escritorio, de la mesa de estudio o el sillón de lectura, deberá mantenerse muy buena iluminación. Se ahorra mucha electricidad cuidando que no haya focos prendidos donde no son necesarios o apagándolos al salir de las habitaciones.

Otros especialistas en el tema entrevistados por esta revista, sugieren la utilización de tubos fluorescentes en cocinas, baños y áreas de trabajo "ya que producen más luminosidad que los focos de su misma potencia (watts) y duran aproximadamente diez veces más".

Finalmente, el ingeniero López Portillo advierte contra la inveterada costumbre de sobrecargar los conductores conectando varios aparatos a la vez, o haciendo combinaciones con diversos "diablillos" (tomas triples). "Este es un error que se puede pagar muy caro", señala un técnico.

Agrega: los conductores sobrecargados *generan más calor, consumen más* energía, deterioran los aislamientos que luego provocan fugas de corriente, pueden afectar los aparatos y, en algunos casos, llegan a ocasionar incendios".

Como último consejo, los especialistas coinciden en recomendar una revisión periódica de los aparatos domésticos. Y esto, "para garantizar que funcionen adecuadamente y que no consuman energía innecesaria".

Conclusiones

- Un poco de cuidado puede ahorrarle mucha electricidad. Procure apagar las luces en los cuartos vacíos y el radio y la televisión cuando salga de casa.
- **Muchas veces existen fugas en el sistema eléctrico. Esto se puede averiguar desconectando todos los aparatos y viendo el disco de su medidor (debe estar quieto; si no, hay escape de electricidad).**
- También puede ahorrar:
  - —procurando planchar toda la ropa de una vez.
  - —apagando la televisión cuando nadie la esté viendo.
  - —cerrando las ventanas y cortinas para conservar el calor, sin afectar la ventilación.
  - —apagando el aire acondicionado cuando sale de casa por largos periodos.
- **Compre un refrigerador adecuado a las necesidades de su familia, ni más grande ni más chico. La temperatura de la parte refrigerada se debe mantener ligeramente abajo de siete grados, y el interior del congelador un poco abajo de cero grados.**
- Lave la mayor cantidad de ropa posible, cada vez que use su lavadora.
- **Utilice lámparas pequeñas para iluminar las áreas generales. En cambio, mantenga muy buena iluminación directamente encima del escritorio o el sillón de lectura.**
- No sobrecargue los conductores conectando varios aparatos a la vez, o haciendo combinaciones con "diablillos" (tomas triples).

Rompecabeza

Si. Rompe cabezas, corta dedos, intoxica, pincha, da toques, o quema.
Hay una serie de juguetes peligrosos que se deben evitar.
Seleccione su juguete tomando en cuenta la edad y seguridad de sus hijos.

Lo importante es el juego, no el juguete.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Sector Comercio

CORRESPONDENCIA

"Quejas, denuncias, experiencias personales"

La Revista del Consumidor se reserva el derecho de reescribir y editar a su manera toda carta que llegue a la redacción en el entendido que se respetará la esencia del mensaje.

¿En que creen los niños?

Señores:

La entrevista que publicaron el mes pasado (Revista del Consumidor No. 10) me pareció muy interesante, pero no estoy de acuerdo en la afirmación del señor Gordillo que dice que los niños no creen en Santa Claus ni en los Santos Reyes. Ellos imaginan sus propias fantasías y también las que les inculcan los adultos. Es por esto que viven plenamente los cuentos de hadas le temen al lobo enemigo de caperucita; aborrecen a la madrastra y las hermanastras de la Cenicienta; y también quisieran tener un hada madrina.

Después de todo, éstos son los personajes que, aunque invisibles, les demuestran su afecto y su interés cada año.

En lo personal, puedo decir que me ha tocado palpar la alegría de los chicos en orfanatorios y hospitales para personas de pocos recursos económicos, cuando el día de Navidad o el 6 de enero son visitados por Santa Claus o los Santos Reyes. Por pobres que sean los juguetes que allí se regalan a los pequeños, éstos se convierten en su más preciado tesoro.

María Luisa C. de Moreno
Voluntaria del Hospital Infantil
México, D. F.

¡Suscríbase hoy mismo!

- La Revista del Consumidor le dá los mejores consejos para comprar mejor.
- Le abre los ojos, le ahorra dinero y le evita problemas y sorpresas desagradables.

100 pesos(los 12 números). Y le puede ahorrar. . . miles.

revista del **consumidor**

Envíe la cantidad de $ 100.00 M.N. (Cien pesos 00/100) en cheque o giro postal a favor del Instituto Nacional del Consumidor por concepto de suscripción anual (doce números) a Insurgentes Sur No. 1871-4o. piso, Departamento de Difusión, México 20, D.F.

Nombre _____

Dirección _____ Tel: _____

Ciudad _____ Z.P. _____

Recorte este cupón

Péguese aquí

CORRESPONDENCIA
CON DERECHOS POR COBRAR

Solamente en el Servicio Nacional

Primera Clase
Permiso Postal
No. 3093

El porte será pagado por:

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

CON CARGO ADMINISTRACION No. 20
México 20, D.F.

560

Lectora de acción

Señores:

Con creciente interés he seguido número a número la Revista del Consumidor; su orientación en el terreno del consumo puro, los temas educativos, los reportajes y el minucioso estudio comparativo, que podría hacer de cada lector un especialista. Todo muy bien.

Pero yo prefiero la sección llamada El Consumidor en el Mundo, en la que nos enteramos de lo que se hace en otros países: la lucha contra los colorantes en Francia, los añejadores de bebidas alcohólicas en Estados Unidos, los cosméticos en Italia, los detergentes en todo el mundo desarrollado. Aunque una sensación de tristeza me invade al leer estas notas. . .

¿Cómo es posible que en aquellas naciones se puedan hacer tantas cosas positivas, que no podemos hacer en México? ¿Cómo pueden asociarse los consumidores, por sí mismos, y actuar e influir en los comerciantes y fabricantes para evitar abusos y verdaderos crímeres disfrazados, como es el caso de ciertas medicinas y alimentos que se venden en nuestro país?

Sra. Bertha A. Rodríguez A.
Edif. 8 Departamento 404
Unidad Lomas de Becerra
Mixcoac
México 20, D.F.

Revista del Consumidor:

Ya que usted es de los ciudadanos que desean participar activamente en las decisiones importantes —en este caso, de los problemas de consumo—, le remitimos a la sección de El Consumidor en el Mundo del número 10 de esta publicación. Allí se enterará del comité de ciudadanos que propone integrar el Instituto Nacional del Consumidor para mejorar la calidad de los juguetes. Por algo se empieza.

¿Problemas con sus juguetes?

- Según la Ley, la publicidad, leyendas o indicaciones que induzcan a error sobre el origen, componentes, usos, características y propiedades de toda clase de productos o servicios, están prohibidas. (Art. 5)

- De la misma manera, los datos que ostenten los productos y sus etiquetas, envases, empaques y la publicidad respectiva, deben estar en español y en términos comprensibles y legibles. (Art. 7)

- Por su parte, las leyendas "garantía", "garantizado" o cualquier otra equivalente,sólo podrán emplearse cuando se indique en qué consisten y la forma de hacerla efectiva. (Art. 10)

- Los reglamentos prevén,además, que los términos de las garantías deben ser claros y precisos. En todos los casos, deberá indicarse su alcance, duración y condiciones, así como los establecimientos y la forma en que pueden hacerse efectivas. (Art. 11)

- También el proveedor está obligado a suministrar el bien o servicio en los términos de la publicidad realizada. Estos antecedentes deben figurar en el propio producto o en el acuerdo que se haya estipulado con el consumidor.
En caso de que el consumidor o el proveedor incurran en error tratándose de la compra-venta de un bien, uno y otro tendrán derecho, dentro de los tres días hábiles siguientes a la celebración del contrato, al cambio o a la bonificación del valor del objeto, por la compra de otro. (Art. 19)

La Ley Federal de Protección al Consumidor tiene la solución a su problema.

Conózcala y hágala valer.

INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Yo a Prestobarba sólo lo cambio por otro Prestobarba

"Yo a Prestobarba sólo lo cambio por otro Prestobarba. . ."

Sí, pero tiene usted que cambiarlo completo.
Comenzó por asentar los filos de su hoja de rasurar.
Continuó tirándola y ahora va a "desechar" el rastrillo entero cada vez que ésta haya perdido su filo.

¿Hasta dónde piensa deteriorar su economía?

"Yo a Prestobarba sólo lo cambio por otro Prestobarba. . ."

Sí, pero con más frecuencia de la que imagina, usted regala su dinero, desperdicia su salario e infla su presupuesto.

Por otra parte, y también hay que pensar en esto, agrava la contaminación ambiental, que no es otra cosa que la suma de todas las cosas "desechables" que ya existen.

"Yo a Prestobarba sólo lo cambio por otro Prestobarba. . ."

Si, pero calcule lo que cuesta comprar un instrumento para desecharlo a los pocos días, aún cuando casi todas sus partes sean útiles todavía. No le haga el juego a los que propagan la economía del desperdicio... porque va a terminar desechando su propio bienestar.